

DRUCKMARKT 23. September 2015 impressions 95

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

DIGITALDRUCK

Muster aus dem A3-
Drucker. Seite 14.

PRINT & FINISHING

50 Jahre Aggregatbauweise
aus Radebeul. Seite 22.

BILDUNG & EVENTS

Nachrichten, Termin- und
Seminarkalender. Seite 32.

 Swiss Edition 

Die Game-Changer im Wellpappen-Druck

Seite 10.

FachPack in Nürnberg.
Kennzeichnen und Etikettieren.

Seite 16.

Etiketten als funktionale Dekoration.
LabelExpo in Brüssel.

Seite 24.

NEU: QuarkXPress 2015 jetzt erhältlich.
Upgrade von jeder Vorgängerversion!



Ihre Funktionen. Geliefert. Treffen Sie das neue QuarkXPress.

Sie werden die neuen Funktionen von QuarkXPress 2015 lieben, denn es sind Ihre Funktionen. Tatsächlich haben wir die zehn am häufigsten von den Anwendern gewünschten Erweiterungen eingebaut. Arbeiten Sie schneller mit der unschlagbaren 64-Bit-Leistung und einer Reihe der von Anwendern gewünschten Funktionen für Print- und digitale Produktionen wie verifizierte PDF/X-4 Ausgabe und Fixed Layout eBooks. Arbeiten Sie intelligenter mit den neuen Designer-gesteuerten Automatisierungen wie Fußnoten oder Inhaltsvariablen zum automatischen Einfügen von Inhalten.

Mit der neuen 64-Bit-Architektur kann QuarkXPress 2015 den gesamten verfügbaren Arbeitsspeicher nutzen, und es bietet so von der Dateihandhabung über das Rendering von Layouts bis zum PDF-Export fantastische Leistungssteigerungen. In Kombination mit unserem unermüdlichen Fokus auf Qualität

bedeutet dies, dass Sie die Geschwindigkeit und die Zuverlässigkeit erhalten, die Sie verdienen.

QuarkXPress 2015 ist Ihr professionelles Arbeitstier und unterstützt die Ausgabe von PDF/X-4. Mit diesem neuesten Standard können Sie Transparenz beibehalten und eine schnellere Ausgabe, kleinere Dateien und eine bessere Qualität erreichen. Und was noch wichtiger ist: Sie können sich darauf verlassen, denn die PDF/X-4 Ausgabe wird mit derselben Technologie verifiziert, die auch in Adobe Acrobat verwendet wird.

QuarkXPress 2015 ist als unbefristete Kauflizenz für Mac OS X und Windows erhältlich. Es ist kein Abo erforderlich. Upgrades sind von jeder beliebigen Vorversion zu einem einheitlich günstigen Preis verfügbar. Preisvergünstigungen für Mehrfachlizenzen gibt es ab zwei Arbeitsplätzen. Jetzt kostenlos testen!

Matthias Günther
Director QuarkXPress
Business Unit
Quark Software Inc.



„QuarkXPress 2015 ist eine Version für alle Designer, die Print lieben und ebenso für die Fans der digitalen Welt, die von den Werkzeugen zum Erstellen von Apps und interaktiven eBooks mit festem Layout profitieren werden. Wir wollen sicherzustellen, dass die von uns entwickelten neuen Funktionen den Arbeitsablauf der Kunden wirklich verbessern. Deshalb basiert ein Großteil der Erweiterungen von QuarkXPress 2015 auf dem Feedback der Anwender. Um einen schnellen Überblick über alle Neuerungen zu erhalten und eine kostenlose Testversion herunter zu laden, besuchen Sie uns auf www.quark.com/2015.“

Messen auf Kollisionskurs

Inhaltsverzeichnis

Klicken Sie auf Seitenzahl oder Titel,
um sofort zu dem ausgewählten Beitrag zu gelangen.

Markt & Zahlen

- 04 Adrian Frutiger gestorben
- 04 KBA: Gute Auftragslage, Umsatz hinkt hinterher
- 05 Nachrichten
- 06 Horizon Academy eröffnet
- 07 200. HP Indigo 10000 Digital Press installiert
- 09 Menschen & Karrieren

Technik & Praxis

- 10 Die Game-Changer im Wellpappendruck
- 14 Muster aus dem A3-Drucker
- 16 Kennzeichnen und Etikettieren
- 18 FachPack Nachrichten
- 22 50 Jahre Aggregatbauweise aus Radebeul
- 24 Etiketten als funktionale Dekoration
- 26 Labelexpo Nachrichten

Termine, Bildung & Events

- 32 Terminkalender
- 33 Nachrichten
- 33 6. Media-Mundo-Kongress
- 35 Seminare & Veranstaltungen
- 36 Kundenorientierung als Erfolgsmerkmal
- 37 Druck- und Medientechniker
- 38 Die Druck+Form 2015 glänzt mit Innovationen
- 39 OLED – Licht der Zukunft?

- 41 Business to Business
- 41 Impressum

Wenn es zwei Messen, die thematisch eng beieinanderliegen, gelingt, ihre Termine voll auf Kollisionskurs zu legen, dürfen sie sich nicht wundern, wenn sie sich gegenseitig die Besucher abspenstig machen. Der LabelExpo in Brüssel und der FachPack in Nürnberg ist das auch in diesem Jahr wieder in voller Perfektion gelungen. Beide beginnen am 29. September und laufen bis 1. Oktober (FachPack) beziehungsweise 2. Oktober (LabelExpo). Und – wie wir wissen – sind wir nicht die einzigen, die sich wegen dieser unsinnigen Überschneidung entschlossen haben, weder zu der einen, noch zur anderen Messe zu fahren. Schließlich sind Brüssel und Nürnberg ja nicht gerade Nachbardörfer. Und das Beispiel der Etiketten- beziehungsweise der Verpackungsmesse ist ja kein Einzelfall. Auch die anstehende World Publishing Expo in Hamburg und die Druck+Form in Sinsheim überschneiden sich (zumindest an einem Tag).

Natürlich, so argumentieren die Veranstalter, sprechen sie unterschiedliche Zielgruppen an. Welcher Etikettendrucker interessiert sich für Umverpackungen oder welcher Zeitungsverleger wollte sich schon in die Niederungen des Akzidenzdrucks begeben? Das mag in dem einen oder anderen Fall sogar zutreffen, aber dieses Argument kann auch leicht nach hinten los gehen.

Oder ist es nicht etwa so, dass sich viele Druckereien neu orientieren wollen und deshalb auf Ausschau nach neuen Techniken und möglichen Anwendungsfeldern gehen? Ist es nicht auch so, dass in der Druckindustrie alles immer enger zusammenwächst und sich gerade durch das Verknüpfen verschiedener Techniken neue Perspektiven auftun können? Und ist es nicht etwa so, dass der berühmte ›Blick über den Tellerrand‹ dabei hilft, sich nicht ständig auf der Stelle zu bewegen?

All das wird von den Messegesellschaften und -veranstaltern einfach ausgeblendet. Wenn sich aber nun etliche Wissbegierige erst gar nicht auf den Weg machen, um sich auf Messen zu orientieren, ist auch der Anfang vom Ende der Messekultur insbesondere kleinerer Veranstaltungen eingeläutet.

Natürlich machen alle grafischen Messen einen großen Bogen um die drupa und versuchen sich nach dem Scheitern der Ipx erst gar nicht mit den Düsseldorfern anzulegen. Doch wenn der Zyklus der drupa wirklich verkürzt werden sollte, sind Kollisionen mit anderen Messen wie oben beschrieben geradezu vorprogrammiert.

Und das könnte dazu führen, dass auch die Hersteller (die üblicherweise das Geld bei den Veranstaltungen einspielen) den Messen fern bleiben. In diesem Herbst jedenfalls beneiden wir die Hersteller nicht, die auf den genannten Messen vertreten sein müssen.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

ADRIAN FRUTIGER GESTORBEN



Der Schweizer Typograf **Adrian Frutiger** ist am 12. September 2015 im Alter von 87 Jahren in Bremgarten bei Bern, wo er viele Jahre lang lebte, gestorben. Frutiger gilt als einer der bedeutendsten Grafikdesigner, Schriftgestalter und Typografen des 20. Jahrhunderts. Der 1928 in Unterseen im Berner Oberland geborene Frutiger lebte und arbeitete lange Zeit als künstlerischer Leiter der Schriftgießerei Deberny & Peignotin Paris.

In den 1950er Jahren kreierte Frutiger die Schriftfamilie »Univers« und passte sie später für die Verwendung in elektronischen Satzverfahren an. Weitere Schriften wie die »Frutiger« oder »Avenir« folgten. Nach seiner Rückkehr in die Schweiz Anfang der 1990er Jahre wohnte und arbeitete Adrian Frutiger in Bremgarten bei Bern.

In Typografen- und Designerkreisen ist Adrian Frutiger eine Legende: Seine Schriften fanden und finden weltweit Einsatz und Anerkennung und prägen den öffentlichen Raum. In der Schweiz etwa kennt jeder Autofahrer Adrian Frutigers Schrift »Astrak«, die seit 2003 auf allen Verkehrsschildern zu lesen ist. Und »Druckmarkt«-Leser kennen seine »Frutiger« als hervorragend lesbare Grundschrift unseres Magazins.

Und es ist ein wahres Glück, dass die Schrift, die er unter dem Namen »Concorde« begonnen hatte, heute seinen Namen trägt. Damit steht Adrian Frutiger neben Garamond, Caslon, Bodoni oder dem ebenfalls erst kürzlich verstorbenen Hermann Zapf und den vielen anderen Schriftentwerfern, die den Geist ihrer jeweiligen Epoche in Buchstaben ausgedrückt haben, unvergessen in einer Reihe.

Adrian Frutiger war ein bescheidener, ausdauernder, ruhiger, konzentrierter und pragmatischer Mensch, der immer mahnte, das Modische und die anhaltend überzogene Design-Verliebtheit nicht zu wichtig zu nehmen, sondern Qualität in Schrift, Bild, Gestaltung und Medien unter einem sehr pragmatischen Aspekt zu sehen: »Schrift und Gestaltung, die man wahrnimmt, erfüllt ihre Aufgabe nicht, weil sie vom Inhalt ablenkt.«

Bei meinem letzten Besuch im Jahr 2004, als ich das Vorwort für eines seiner vielen Bücher schreiben durfte, sagte er mir. »Wer sich mit Schrift und Schriftgestaltung beschäftigt, sollte wissen, dass wir nicht die schwarzen Striche gestalten, sondern den weißen Raum dazwischen.« Diesen Satz werde ich nie vergessen. Und Adrian Frutiger auch nicht.

Klaus-Peter Nicolay

KBA HALBJAHRESBILANZ

GUTE AUFTRAGSLAGE – UMSATZ UND ERGEBNIS HINKEN HINTERHER

Die Koenig & Bauer AG bilanziert ein kontrastreiches erstes Halbjahr. Zwar legte der Auftragseingang in den ersten sechs Monaten um 33,2% auf 607,5 Mio. € gegenüber 2014 zu und wies am 30. Juni Aufträge für 597,9 Mio. € aus (gut 43% mehr als zu Jahresbeginn), der Halbjahres-Umsatz lag mit 426,9 Mio. € jedoch unter dem Vorjahreswert von 517,8 Mio. € und hinter dem

Segmentergebnisse

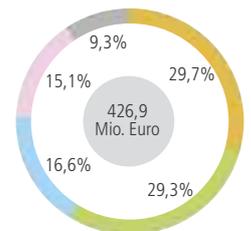
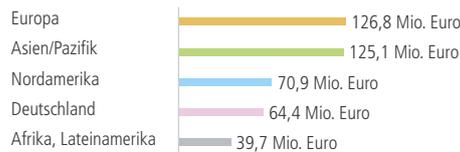
So sei der Bereich Sheetfed Solutions besonders erfolgreich und habe den Auftrags-eingang gegenüber 2014 um 40,3% auf 368,1 Mio. € gesteigert. Maßgeblich dazu beigetragen habe die hohe Nachfrage aus dem Verpackungssektor. Der Auftragsbestand von 310,6 Mio. € sei der höchste Wert seit 2007. Das Ergebnis verbes-

trüge im Blech-, Wertpapier- und Kennzeichnungsdruck zum Wachstum des Neugeschäfts im Segment Special Solutions um 21,0% auf 199,0 Mio. € bei. Im 3. und 4. Quartal erwartet KBA in diesem Geschäftsfeld einen signifikanten Erlösanstieg.

Starker deutscher Markt

Die Exportquote stieg im Berichtszeitraum auf 84,9%

KBA UMSATZVERTEILUNG



Quellen: KBA. Druckmarkt-Grafik: 8/2015.

Jahresziel von gut 1 Mrd. €. Nach Steuern ergibt sich ein Ergebnis von –9,3 Mio. €. »Trotz des Rückstandes zur Halbzeit streben wir für 2015 weiterhin eine Rendite von bis zu 2% vom Umsatz an«,



sagte der Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schünemann**.

Der KBA-Vorstand hatte bereits früher darauf hingewiesen, dass die Umsatzverteilung auf die zweite Jahreshälfte überproportional sei und stützt dies unter anderem auf die »erheblichen Ergebnisverbesserungen bei Sheetfed und Digital & Web« sowie dem im zweiten Halbjahr noch zu liefernden Produktmix, der nach Ansicht von KBA profitabler ist als der im ersten Halbjahr.

serte sich von –8,4 Mio. € im Vorjahr auf +3,8 Mio. €. Im weiteren Jahresverlauf erwartet der Vorstand eine weitere Ertragssteigerung. Durch Neuabschlüsse bei Digital- und Zeitungsdruckmaschinen stiegen die Bestellungen bei den Rollenmaschinen im Segment Digital & Web Solutions gegenüber 2014 von 45,6 Mio. € auf 69,2 Mio. €. Durch den geringen Auftragsbestand zu Jahresbeginn blieben die Erlöse jedoch hinter dem Vorjahreswert zurück, der Auftragsbestand war dagegen mit 83,4 Mio. € deutlich höher als 2014. Dennoch reichte es nur für einen Verlust, der mit –8,9 Mio. € ausgewiesen wird.

Neben wachsenden Erfolgen im Geschäftsfeld flexible Verpackungen trugen mehr Auf-

(2014: 83,4%). Das bedeutet aber auch, dass Deutschland einen Umsatzanteil von 15,1% ausmacht und damit allein nahezu den Umsatzanteil des gesamten Nordamerika-Geschäftes ausmacht. Das wuchs aufgrund wachsender Markterfolge bei Bogenoffsetmaschinen und Flexo-Rotationen gegenüber 2014 anteilig von 10,0% auf 16,6%.

Deutlich geringer als im Vorjahr war der Lieferanteil ins europäische Ausland mit 29,7% (2014: 40,4%). Die Regionalquote des Absatzmarktes Asien/Pazifik stieg ebenfalls von 24,3% im Vorjahr auf 29,3%. Auf Lateinamerika und Afrika entfielen 9,3% des Konzernumsatzes (2014: 8,7%).

› www.kba.com

URLAUBSGRÜSSE DIGITAL UND AUF PAPIER

64% aller Urlauber versenden ihre Feriengrüße elektronisch. Nach der repräsentativen Umfrage des Digitalverbands Bitkom ist die beliebteste Form des Urlaubsgrüßes der Anruf: 36% greifen zu Handy oder Telefon, 30% versenden eine Kurznachricht. Insbesondere die Jüngeren senden Kurznachrichten aus den Ferien. 14% verschicken Grüße per E-Mail oder über ein soziales Netzwerk. 18% verschicken gar keine Urlaubsgrüße. Weiter gefragt bleiben die klassische Ansichtskarte oder der Brief aus den Ferien, die fast jeder Zweite (46%) verschickt. Die Hälfte der 50- bis 64-Jährigen schreiben einen Brief oder eine Karte, bei den Urlaubern ab 65 beträgt der Anteil sogar 57%. Und selbst die 14- bis 29-Jährigen grüßen zu 33% auf Papier.

ZANDERS MIT NEUEM AUFTRITT

Mit der Übernahme durch die mutares AG hat die Zanders GmbH, Hersteller hochwertiger Spezialpapiere aus Bergisch Gladbach, ihr Corporate Design runderneuert. Damit will das global tätige Traditionsunternehmen seine Produkte künftig noch aktiver im Ausland anbieten.



Das neue Logo soll die Werte des Unternehmens auf den Punkt bringen: Ein weißes »Z« auf kreisrundem Hintergrund, der eine Papierrolle symbolisiert und den Fokus auf die Papierherstellung verdeutlicht. Unter dem Buchstaben versinnbildlichen drei weiße Striche den Papierbogen als Basis des Unternehmenserfolgs. »Zanders, the papermakers« ist der neue Slogan des Unternehmens. Er verdeutlicht, dass die traditionsreiche Papierfabrik nach wie vor durch seine Mitarbeiter, die »Papiermacher« und ihre spezielle Expertise getragen wird. > www.zanders.com

ETIKETTENVERBRAUCH STEIGT

Die Veränderungen auf dem Markt für die Etikettenproduktion haben zur Gründung des Finat European Label Forum (ELF) geführt. Das ELF ersetzt den jährlichen Finat-Kongress, fand vom 11. bis 13. Juni in Amsterdam statt und zog mehr als 300 Teilnehmer aus Europa an.

»Mit der Entwicklung neuer Techniken wie etwa Sleeves, In-Mould-Etiketten und gedruckter Elektronik haben sich Definition und Rolle der Etiketten in den letzten Jahren dramatisch verändert«, erläutert **Jules Lejeune**, Geschäftsführer des Finat. Der Etikettenverbrauch sei 2014 gegenüber dem Vorjahr um 5,7% gestiegen. Die Branche habe seit der Krise im Jahr 2009 einen »stabilen und kräftigen Aufschwung« verzeichnet. Im ersten Quartal 2015 habe sich das Wachstum bei Papieretiketten mit 8,8% und bei Folien mit 7,7% gegenüber 2014 fortgesetzt.



SEC VERKAUFT GOSS INTERNATIONAL

Der Industriekonzern Shanghai Electric Corp. (SEC) verkauft den Druckmaschinenhersteller Goss International an die US-amerikanische Investmentfirma American Industrial Partners (AIP), die seit Oktober 2012 auch am Hersteller Presstek beteiligt ist. Goss International war über Tochterfirmen der SEC-Gruppe seit 2009 in Teilen und ab 2010 vollständig im Besitz der Chinesen. Schon seit 1993 betrieben Goss und die SEC-Tochter SPPM ein Joint-Venture. Wie alle anderen Druckmaschinenbauer ist auch Goss stark geschrumpft. 2008 lag die Mitarbeiterzahl noch bei 4.000, für 2014 gab Goss 2.000 Mitarbeiter an. 2013 hatte Goss International das Werk im französischen Montataire aufgegeben und produziert seither nur noch in den USA und China. In den Niederlanden stellt die Tochterfirma Goss Contiweb weiterhin Trockner und Rollenwechsler her.

CONTITECH ÜBERNIMMT TEGU

ContiTech hat den deutschen Sleeve- und Walzenhersteller Tegu Walzen und Sleeves GmbH mit Sitz in Waltershausen übernommen. »Mit diesem Schritt bauen wir unser Produktportfolio für Druckereien konsequent aus und runden unsere Produktpalette im wachsenden Markt für Flexodruckformen ab«, erklärt Dr. Peter Scholtissek, Leiter des Geschäftsbereichs Elastomer Coatings. Alle 23 Mitarbeiter werden übernommen und Teil des ContiTech-Standorts in Waltershausen. »Tegu verfügt über eine mehr als 80-jährige Erfahrung in der industriellen Verarbeitung von elastomeren Werkstoffen, insbesondere von technischen Druckhülsen, sogenannten Sleeves, die seit 1994 produziert werden. Diese werden im Flexodruck für Endlosdrucke zum Beispiel in der Verpackungsindustrie eingesetzt.« > www.contitech.de

RAPID TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

www.mkwgmbh.de



Graphische
Maschinen

MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050

LUMEJET IST ZAHLUNGSUNFÄHIG Viele Auszeichnungen, wenig Kunden: Der britische Hersteller Lumejet ist zahlungsunfähig. Mit seiner Foto-Technologie ohne Tinte wollte Lumejet eine Alternative zum Inkjet-Druck bieten. Dafür verdiente sich das Unternehmen Auszeichnungen und wurde gar zu einem der »vielversprechendsten Digital-Unternehmen« Großbritanniens gekürt. Im Herbst 2014 wurde versucht, über Crowdfunding eine Finanzierung aufzustellen: mehr als 1,5 Mio. Pfund wurden eingenommen. Es reichte nicht. Für das Unternehmen wird nun ein Käufer gesucht.

MEHR DIGITAL GEDRUCKTE BÜCHER Laut Prognose des Marktforschungsunternehmens Interquest ist für die Menge der in Europa gedruckten Bücher bis 2018 ein Rückgang um 4% zu erwarten. Für konventionell produzierte Bücher werde eine Abnahme um 6% pro Jahr erwartet, die Menge digital gedruckter Bücher soll jedoch um 20% steigen. 2012 wurden 5% der in Europa gedruckten Bücher digital produziert; bis 2018 wird ein Anstieg auf 16% bis 18% vorhergesagt.

URLAUBSGRÜSSE DIGITAL UND AUF PAPIER 64% aller Urlauber versenden ihre Feriengrüße elektronisch. Nach der repräsentativen Umfrage des Digitalverbands Bitkom ist die beliebteste Form des Urlaubsgrüßes der Anruf: 36% greifen zu Handy oder Telefon, 30% versenden eine Kurznachricht. Insbesondere die Jüngeren senden Kurznachrichten aus den Ferien. 14% verschicken Grüße per E-Mail oder über ein soziales Netzwerk. 18% verschicken gar keine Urlaubsgrüße. Weiter gefragt bleibt die klassische Ansichtskarte oder der Brief aus den Ferien, die fast jeder Zweite (46%) verschickt. Die Hälfte der 50- bis 64-Jährigen schreiben einen Brief oder eine Karte, bei den Urlaubern ab 65 beträgt der Anteil sogar 57%. Und selbst die 14- bis 29-Jährigen grüßen zu 33% auf Papier.

PRINTPLUS VERSTÄRKT KOOPERATION Die Printplus AG beteiligt sich an der Münchner Perfect Pattern GmbH. Der Schritt soll die langfristige Zusammenarbeit der Firmen sichern und stärken. Beide Unternehmen arbeiten bereits seit einiger Zeit zusammen. So ist »sPrint Fill« von Perfect Pattern seit der Version 2014 für die Kalkulation von Aufträgen mit vielen Sorten oder Versionen in Printplus Druck integriert. Aktuell wird für auftragsübergreifende Sammelformen »sPrint One« integriert. Das Printplus Software-Paket unterstützt alle Prozesse in der Organisation einer Druckerei und automatisiert mit der Integration der Module von Perfect Pattern die manuellen Prozesse für die Sammelformenerstellung. Mit der Integration des Perfect Pattern-Algorithmus können Sprach- und Eindruckversionen mit allen Wechselinformationen bei der Kalkulation erfasst oder importiert. Auf Knopfdruck werden sie zu kostenoptimierten Sammelformen zusammengefasst und für die Berechnung der Produktionskosten, -zeiten und Materialkosten berücksichtigt. Sämtliche weitere Prozesse wie die Produktionsplanung, der Materialeinkauf und die elektronische Lauftasche greifen auf die einmal erfassten Informationen zu.

HORIZON ACADEMY ERÖFFNET HORIZON WEITER AUF ERFOLGSKURS

Die Horizon GmbH zieht erneut eine positive Jahresbilanz: Im am 31. Juli zu Ende gegangenen Geschäftsjahr wurde mit 11% ein deutliches Wachstum im Auftragszugang erzielt. Damit setzt Horizon die erfolgreiche Unternehmensentwicklung der letzten Jahre fort.

Im September startet darüber hinaus die Horizon Academy, das neue Trainings- und Konferenzzentrum. Auf

Inkjet-Drucks weiter verbessert. In ein bis zwei Jahren wird sich der Trend zum Digitaldruck dadurch noch einmal deutlich ausweiten«, glaubt Börgerding. »Unsere Lösungen bieten Rentabilität von Auflage 1 bis zur industriellen Produktion von Digital bis Offset.«

Im neuen Trainings- und Konferenzzentrum können Besucher vollautomatische Rollen-Applikationen für die



Eröffnung im September: das neue Trainings- und Konferenzzentrum von Horizon.

mehr als 1.300 m² werden aktuelle Trends, Technologien und über 20 Horizon Systemlösungen aus allen Kompetenzbereichen im Praxisbetrieb präsentiert.

»Zweistellige Wachstumsraten sind ein Beweis dafür, dass wir mit unserem Portfolio die richtigen Lösungen für die Herausforderungen der Druckweiterverarbeitung



bieten«, sagt **Rainer Börgerding**, Geschäftsführer der Horizon GmbH. Mit kontinuierlichen Innovationen wolle Horizon den Vorsprung ausbauen. So sind für die drupa 2016 Weiterentwicklungen angekündigt, die für das Lösungsportfolio verminderte Rüstzeiten, mehr Integration und effizientere On-the-fly-Umstellungen ermöglichen sollen.

»Der Markt wartet darauf, dass sich die Qualität des

On-Demand-Produktion von variablen Büchern und Broschüren live erleben. Im Fokus steht darüber hinaus die Druckerei 4.0, das Horizon-Zukunftskonzept für integrierte Wertschöpfungsketten. »Dazu arbeiten wir mit allen namhaften Digitaldruckherstellern zusammen, um die Integration voranzutreiben«, sagt Börgerding.

»In der Horizon Academy präsentieren wir das Potenzial von Automatisierung und Vernetzung.« Mit dieser Investition will Horizon seine Position als Impulsgeber festigen und Systemlösungen aus den Bereichen Sammelleisten, Falzen, Klebebinden, Schneiden, Kaschieren und Stanzen präsentieren. Im Rahmen der Eröffnungswoche vom 14. bis 18. September lädt Horizon täglich zum Open House ein.

» www.horizon.de

CROSSMEDIA: DER SCHEIN TRÜGT

Seit Jahren wird auf Drucker, das Dialogmarketing und deren Kunden eingeredet, man müsse sich mit Multi-channel-Marketing und Crossmedia beschäftigen, um im Wettbewerb bestehen zu können. Eine ganze Hand voll Studien erwecken auch den Eindruck, Crossmedia gehöre inzwischen zum Standard-Repertoire des Marketings. Doch offenbar trügt der Schein.

In Deutschland beispielsweise ist nur jedes sechste Unternehmen crossmedial unterwegs. Und die Studie »Marketing Silos« der Kommunikationsberatung Hotwire stellt fest, dass fast die Hälfte der Marketer nur einen einzigen Kanal bespielen. Fast ein Drittel der Befragten gaben zu, dass ihre Kampagnen gar nicht auf verschiedene Kanäle ausgelegt seien. Zwar wurde die Studie in Großbritannien durchgeführt, doch die Ergebnisse dürften hierzulande nicht anders ausfallen. Einer der Hauptgründe für die fehlende Integration von Kampagnen sei die schlechte bis fehlende Zusammenarbeit der Marketing-Teams, folgert die Studie. Außerdem blieben Marketer gerne bei dem, was einmal funktioniert hat. Hat ein Kanal in der Vergangenheit die gewünschten Ergebnisse gebracht, wird dieser auch für alle folgenden Kampagnen genutzt. 41% stehen unbekanntem Plattformen eher skeptisch gegenüber und zwei Drittel bezweifeln, dass ihre Kampagnen auf mehreren Kanälen funktionieren könnten.

TRAFFIC IN BRAUNSCHWEIG**WELTWEIT 200. HP INDIGO 10000 DIGITAL PRESS INSTALLIERT**

Die Traffic Print Online Solutions GmbH, Spezialist für Multi-Channel-Marketing, reduziert ihre Toner-basierte Digitaldrucktechnologie und nimmt eine HP Indigo 10000 Digital Press in Betrieb. Traffic installiert hiermit die 200. HP Indigo 10000 Digital Press weltweit. Das Digitaldruckunternehmen wurde 1996 gegründet. Seitdem ist Traffic im digitalen Druck tätig. Mit der HP Indigo 10000 kann Traffic nun Großformate mit variablen Daten produzieren, mit

Marketingmix der Zukunft. Deshalb setzen wir Multi-Channel-Kampagnen um«, sagt Patrick Donner, Managing Director bei Traffic Print Online Solutions GmbH. »Die HP Indigo 10000 ist für uns die logische Antwort auf das wachsende Volumen hochwertiger One-to-One-Kommunikation. Geschwindigkeit, Qualität, Schmuck- und Sonderfarben sowie das B2-Bogenformat sprechen für sich.« Die HP Indigo 10000 ist bereits in 35 Ländern im Ein-



Michael Schmidt (Head of Printing), Patrick Donner (CEO), Peter Camp (Head of IT) und André Broders (Head of Production) von Traffic Print Online Solutions.

dem B2-Format die Profitabilität steigern und eine höhere Druckqualität anbieten. »Emotionen durch haptische Erlebnisse, vernetzt mit Online-Kommunikation, ist der

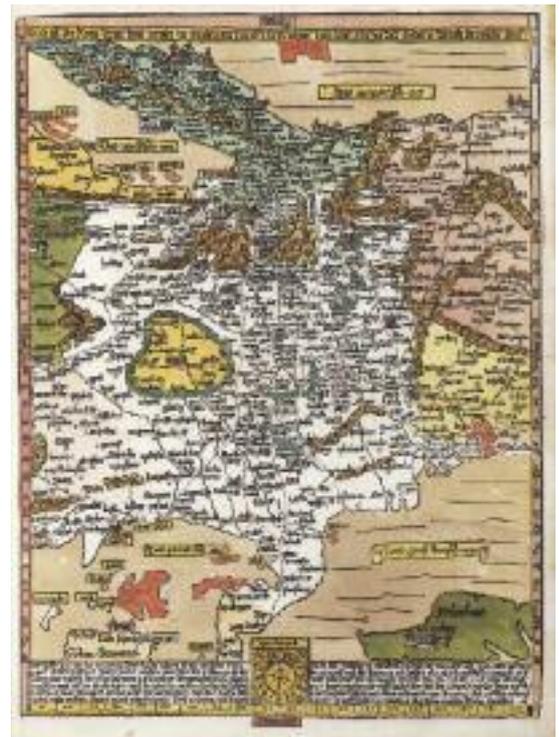
satz. Darunter werden an 20 Standorten gleich mehrere Maschinen genutzt. Die Maschine druckt 3.450 Seiten pro Stunde und 4.600 Seiten im erhöhten Produktivitätsmodus.

› www.hp.com

NEUER ANSATZ IM DRUPA-CUBE

Mit einem neuen Ansatz geht der drupa cube – das Konferenz- und Eventprogramm zur drupa 2016 – an den Start. Im Fokus stehen die Innovationskraft von Print und die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten gedruckter Produkte quer durch die unterschiedlichsten Industrien und Lebensbereiche. Im Unterschied zu den ersten beiden cube-Konferenzen 2008 und 2012 ist das elftägige Programm nicht nach einzelnen Besucherzielgruppen strukturiert, sondern orientiert sich an den sechs drupa Highlight-Themen multichannel, print, functional printing, 3D-Printing, packaging production und green printing. Dabei werden in jedem Vortragsslot mehrere dieser Themen anhand konkreter Fallbeispiele miteinander kombiniert, wie etwa funktionaler Druck und Verpackungen, 3D-Druck und Nachhaltigkeit oder Multichannel und Print. Der Ansatz ist das Denken außerhalb vermeintlich festgesteckter Grenzen. Dieses »Out-of-the-Box-Prinzip« soll neue Perspektiven eröffnen und einen Ausblick auf die Zukunft von Print bieten.

› www.drupa.de

**NICHT DIE ORIENTIERUNG VERLOREN**

Obwohl die 18- bis 29-jährigen Autofahrer mit GPS-Technik groß geworden sind, nutzen 39% von ihnen gedruckte Straßenkarten zur Orientierung. Nach einer repräsentativen forsa-Umfrage im Auftrag des Versicherers Cosmos Direkt nutzen heute noch 52% der deutschen Autofahrer die analogen Orientierungshelfer. Zugleich ist das Navi für die meisten von ihnen nicht mehr wegzudenken: 91% der 18- bis 29-Jährigen nutzen es auch im Urlaub, im Bevölkerungsdurchschnitt sind es 81%.

Die früheste Straßenkarte Mitteleuropas ist die 1500 gedruckte Rom-Wegkarte von Erhard Etzlaub. Die Karte ist wie alle Karten Etzlaubs gesüdet (Süden liegt oben), drei Himmelsrichtungen sind mit »Aufgang«, »Mittag« und »Ungang« beschriftet. Der Straßenverlauf ist wiedergegeben und die Entfernungen zwischen den Punkten im Abstand je einer Deutschen Meile (7,4 km) messbar (Quelle: Wikipedia).

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel

+49 (0) 26 71 - 38 36

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.



NZZ-MEDIENGRUPPE: WENIGER GEWINN Die »Neue Zürcher Zeitung« erwirtschaftete in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres einen Gewinn von 4,3 Mio. Franken – 4,9 Mio. weniger als im Vorjahr. Das Ergebnis ging um 5,0 Mio. auf 8,5 Mio. CHF zurück. Der Gesamtertrag lag bei 227,5 Mio. CHF. Dies sind 2,7% weniger als im Vorjahreszeitraum. Dies erklärt das Medienhaus mit dem Verkauf der Appenzeller Druckerei, dem schwierigen Umfeld und der Schließung des Druckzentrums in Schlieren. Im Lesermarkt seien mit 77,5 Mio. CHF stabile Umsätze erzielt worden. Die neu verkauften Digital-Abos hätten die abbestellten Print-Abonnemente nahezu aufwiegen können. Trotz rückläufiger Werbeeinnahmen liege die NZZ-Mediengruppe besser als der Schweizer Zeitungsmarkt.

MESSE DÜSSELDORF BILANZIERT GEWINN Die Messe Düsseldorf hat das Geschäftsjahr 2014 mit einem Ergebnis über Plan abgeschlossen. Im veranstaltungsstarken Geschäftsjahr lagen die Umsatzerlöse des Konzerns bei 411,5 Mio. € (2013: 322,9 Mio. €). Der Gesamtkonzern erzielte einen Jahresüberschuss von 57,7 Mio. € (2013: 14 Mio. €). Rund 111,8 Mio. € Umsatz erwirtschaftete der Konzern im Ausland. Der Auslandsmarkt des Umsatzes liegt damit bei 26%.

TECHNOTRANS SETZT WACHSTUMSKURS FORT Die technotrans AG hat ihren Wachstumskurs im 1. Halbjahr fortgesetzt und die Profitabilität erhöht. Nach Angaben des Unternehmens wurde der operative Gewinn um 49,6% auf 4,4 Mio. € gesteigert. Auch der Umsatz sei um 11,1% auf 60,3 Mio. € gewachsen. Ebenso wächst auch das Geschäft mit Kunden aus der Druckindustrie. Der Umsatz stieg gegenüber dem ersten Halbjahr 2014 um 7,8%, sagt Henry Brickenkamp, Sprecher des Vorstandes der technotrans AG.

MEHR VERKAUFT UND WENIGER VERDIENT Der Umsatz der Bobst Group lag im 1. Halbjahr 2015 bei 524,7 Mio. CHF, was einen Rückgang um 35,8 Mio. CHF oder 6,4% im Vergleich zur Vorjahresperiode 2014 bedeutet. Die Auftragseingänge seien jedoch um 11%, und der Auftragsbestand um 16% gestiegen. Das Konzernergebnis verbesserte sich auf 10,4 Mio. CHF gegenüber 3,9 Mio. CHF im Vorjahr. Das Betriebsergebnis sei jedoch um 9,8 Mio. CHF auf 10,3 Mio. CHF gefallen und hat sich damit fast halbiert. Bobst begründet die Entwicklung mit dem Beschluss der Schweizerischen Nationalbank Anfang des Jahres, den Euro-Mindestkurs von 1,20 CHF nicht länger aufrechtzuerhalten.

PREISANPASSUNGEN Der Bielefelder Hersteller gestrichener Spezialpapiere Mitsubishi HiTec Paper reagiert mit Preisanpassungen für das gesamte Produktsortiment auf die steigenden Kosten für Rohstoffe. Die Preiserhöhung von 8% gilt für alle Produkte und trat mit Lieferungen ab 1. September 2015 in Kraft. › www.mitsubishi-paper.com

KODAK ERWEITERT FERTIGUNGSKAPAZITÄT

Kodak übergab kürzlich eine neue Fertigungslinie in seinem Werk in Columbus im US-Bundesstaat Georgia offiziell ihrer Bestimmung. Auf der neuen Linie werden prozessfreie Sonora-Platten hergestellt. Mehr als 2.700 Druckereien verwenden nach Angaben von Kodak prozessfreie Sonora-Druckplatten. Die hochmoderne Produktionslinie wurde dafür konzipiert, die wachsende Nachfrage nach prozessfreien Platten, die den Verbrauch von Wasser, Verarbeitungsmittel und Energie, wie bei Platten mit nass-chemischer Verarbeitung der Fall, eliminieren, ohne dass dies zu Lasten der Qualität oder Produktivität geht, zu befriedigen. Damit will Kodak seinen Kunden helfen Geld zu sparen und Umweltbelastungen zu verringern. Druckereien produzieren mit prozessfreien Sonora Platten unterschiedliche Anwendungen wie Akzidenzprodukte, Bücher, Zeitungen und Verpackungen.

› www.kodak.com

DER STRAHLENDE SCHEIN TRÜGT

Weil die härtende Strahlung mit Strom sparenden LEDs statt mit energiefressenden Quecksilberdampflampen erzeugt wird, werden UV-Druckverfahren gerne als umweltfreundlich dargestellt. Doch Drucke mit UV-Farben beeinträchtigen nach Aussagen der Ingede das Papierrecycling generell, weil sie sich kaum de-inken lassen. Die Ingede, die 1989 als Zusammenschluss europäischer Papierhersteller gegründete Forschungsgemeinschaft Deinking-Technik, stellt in einer Pressemitteilung fest, dass »UV-härtende Druckfarben die Kriterien für gute Recyclingbarkeit selten erfüllen. Allen bisher untersuchten Farben ist eine zu hohe Belastung des aufbereiteten Altpapiers mit Druckfarbepartikeln gemeinsam, die sich beim Recycling nur ungenügend entfernen lassen«. Diese Aussage gelte auch für UV-härtende Farben, die in Tintenstrahldruckern eingesetzt werden, und auch für die Varianten des UV-Drucks einschließlich LE-UV und LED-UV, da beim UV-Druck ein Plastikfilm auf das Papier gelegt werde, argumentiert die Ingede. Mit UV-härtenden Farben bedruckte Papiere müssten dort, wo sie gehäuft auftreten (zum Beispiel in Druckereiabfällen), schon an der Anfallstelle getrennt entsorgt werden. Denn was die Druckerei erst einmal verlassen habe, könne bei Sammlung und Recycling praktisch nicht mehr erkannt und getrennt werden.

QUARK STARTET BILDUNGSOFFENSIVE

Quark Software Inc. gibt neue Preise für die Education-Version von QuarkXPress 2015 bekannt. Die führende Design- und Seitenlayout-Software ist ab sofort für Studenten, Lehrer, Dozenten und Ausbildungseinrichtungen zu einem deutlich reduzierten Preis von nur 9,99 € erhältlich (inkl. MwSt). Obwohl QuarkXPress für den Ausbildungsbereich immer schon sehr günstig angeboten wurde, bekommen nun alle Dozenten und Studierenden einen noch erschwinglicheren Zugang zum Werkzeug für Kreativ-Profis für Design, Layout und eBook-Erstellung. Im Vergleich zu Adobe InDesign, welches derzeit im Abo der Creative Cloud 2015 monatlich mit 19,34 € zu Buche schlägt, ist QuarkXPress 2015 mit einem einmaligen Preis von ungefähr zwei Café Latte eine unschlagbare Alternative. Studenten, Schüler, Lehrer und Dozenten, können sich die unbefristete QuarkXPress 2015 Education-Vollversion in Deutschland, Österreich und der Schweiz im Quark eStore (code EDU2015EURD) oder über teilnehmende Fachhändler beziehen. Um die Software zu installieren und zu aktivieren, muss der Status im Bildungswesen hier nachgewiesen werden. › www.quark.com



MENSCHEN & KARRIEREN



Mit Wirkung zum 1. Juli 2015 hat **Christoph De-gel** ergänzend zu seinen bisherigen Aufgaben im Cluster Druck- und Printmedien die operative Leitung für den Bereich Seminare und Veranstaltungen des VDMB übernommen. • CGS Publishing

Technologies International baut kontinuierlich seine Marktposition aus und verstärkt die Verkaufsorganisation in Europa. Am 1. Juni 2015 ist **Robin Mester** hinzugekommen, welcher nun in seiner neuen Position im deutschsprachigen Raum



(DACH) für den Bereich Verpackungslösungen und Proofmaterialien zuständig ist. • **Nicole Urban**, seit 6.

August 2010 bei Fedrigoni und in den vergangenen Jahren als Regionalleiterin Wien und Osteuropa tätig, übernahm am 1. August 2015 die Stelle der Marketingleitung für die Länder Deutschland, Österreich, Tschechische Republik, Slowakei und Ungarn. Sie berichtet in dieser Funktion direkt an die Geschäftsleitung. •

Als neuer CEO Sihl ist **Peter Studer** für das operative Geschäft der Sihl Gruppe mit ihren Produktionsgesellschaften in Deutschland, Frankreich, der Schweiz und den USA verantwortlich. Studer besitzt eine große Erfahrung in der Papierindustrie, ist Geschäftsführer der Sihl AG in Bern und leitet seit zwei

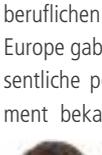


Jahren den internationalen Verkauf Sihl. • **Jürgen Freier** hat am 1. September die Leitung des Geschäftsbereichs HP Indigo Digital Press und HP Inkjet Web Press für Deutschland, Österreich und die Schweiz übernommen. Sein Vorgänger Wolfgang Kochan, Regional Business Manager von HP Indigo Digital Press und HP Inkjet Web Press in Deutschland, hat das Unternehmen nach dreizehnjähriger Tätigkeit bei der Hewlett-Packard Deutschland GmbH verlassen und wird sich neuen beruflichen Herausforderungen zuwenden. • OKI Europe gab mit Wirkung zum 1. August 2015 wesentliche personelle Erweiterungen im Management bekannt. **Dietrich Büchner** wird neuer



Jahren den internationalen Verkauf Sihl. • **Jürgen Freier** hat am 1. September die Leitung des Geschäftsbereichs HP Indigo Digital Press und HP Inkjet Web Press für Deutschland, Österreich und die Schweiz übernommen. Sein Vorgänger Wolfgang Kochan, Regional Business Manager von HP Indigo Digital Press und HP Inkjet Web Press in Deutschland, hat das Unternehmen nach dreizehnjähriger Tätigkeit bei der Hewlett-Packard Deutschland GmbH verlassen und wird sich neuen beruflichen Herausforderungen zuwenden. • OKI Europe gab mit Wirkung zum 1. August 2015 wesentliche personelle Erweiterungen im Management bekannt. **Dietrich Büchner** wird neuer

Vice President Central Region und in der Schweiz verantwortet **Daniel Horber** als Country Manager die Geschäfte von OKI Schweiz. • Zum 1. August 2015 hat **Martin Oser** als Leiter Kommunikation die Verantwortung für die Aktivitäten des Verbandes Druck und Medien Bayern in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung, Marketing und Mitgliedermanagement übernommen. • **Michel Hunkeler**, Bruder von CEO Stefan Hunkeler, ist per August als Mitglied der Geschäftsleitung in die Hunkeler AG eingestiegen. Der Eintritt ist ein wesentlicher Teil der Nachfolgeplanung mit der Absicht, das Unternehmen langfristig als eigenständiger Familienbetrieb weiter zu führen.



Vice President Central Region und in der Schweiz verantwortet **Daniel Horber** als Country Manager die Geschäfte von OKI Schweiz. • Zum 1. August 2015 hat **Martin Oser** als Leiter Kommunikation die Verantwortung für die Aktivitäten des Verbandes Druck und Medien Bayern in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung, Marketing und Mitgliedermanagement übernommen. • **Michel Hunkeler**, Bruder von CEO Stefan Hunkeler, ist per August als Mitglied der Geschäftsleitung in die Hunkeler AG eingestiegen. Der Eintritt ist ein wesentlicher Teil der Nachfolgeplanung mit der Absicht, das Unternehmen langfristig als eigenständiger Familienbetrieb weiter zu führen.

Vice President Central Region und in der Schweiz verantwortet **Daniel Horber** als Country Manager die Geschäfte von OKI Schweiz. • Zum 1. August 2015 hat **Martin Oser** als Leiter Kommunikation die Verantwortung für die Aktivitäten des Verbandes Druck und Medien Bayern in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung, Marketing und Mitgliedermanagement übernommen. • **Michel Hunkeler**, Bruder von CEO Stefan Hunkeler, ist per August als Mitglied der Geschäftsleitung in die Hunkeler AG eingestiegen. Der Eintritt ist ein wesentlicher Teil der Nachfolgeplanung mit der Absicht, das Unternehmen langfristig als eigenständiger Familienbetrieb weiter zu führen.

Vice President Central Region und in der Schweiz verantwortet **Daniel Horber** als Country Manager die Geschäfte von OKI Schweiz. • Zum 1. August 2015 hat **Martin Oser** als Leiter Kommunikation die Verantwortung für die Aktivitäten des Verbandes Druck und Medien Bayern in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung, Marketing und Mitgliedermanagement übernommen. • **Michel Hunkeler**, Bruder von CEO Stefan Hunkeler, ist per August als Mitglied der Geschäftsleitung in die Hunkeler AG eingestiegen. Der Eintritt ist ein wesentlicher Teil der Nachfolgeplanung mit der Absicht, das Unternehmen langfristig als eigenständiger Familienbetrieb weiter zu führen.

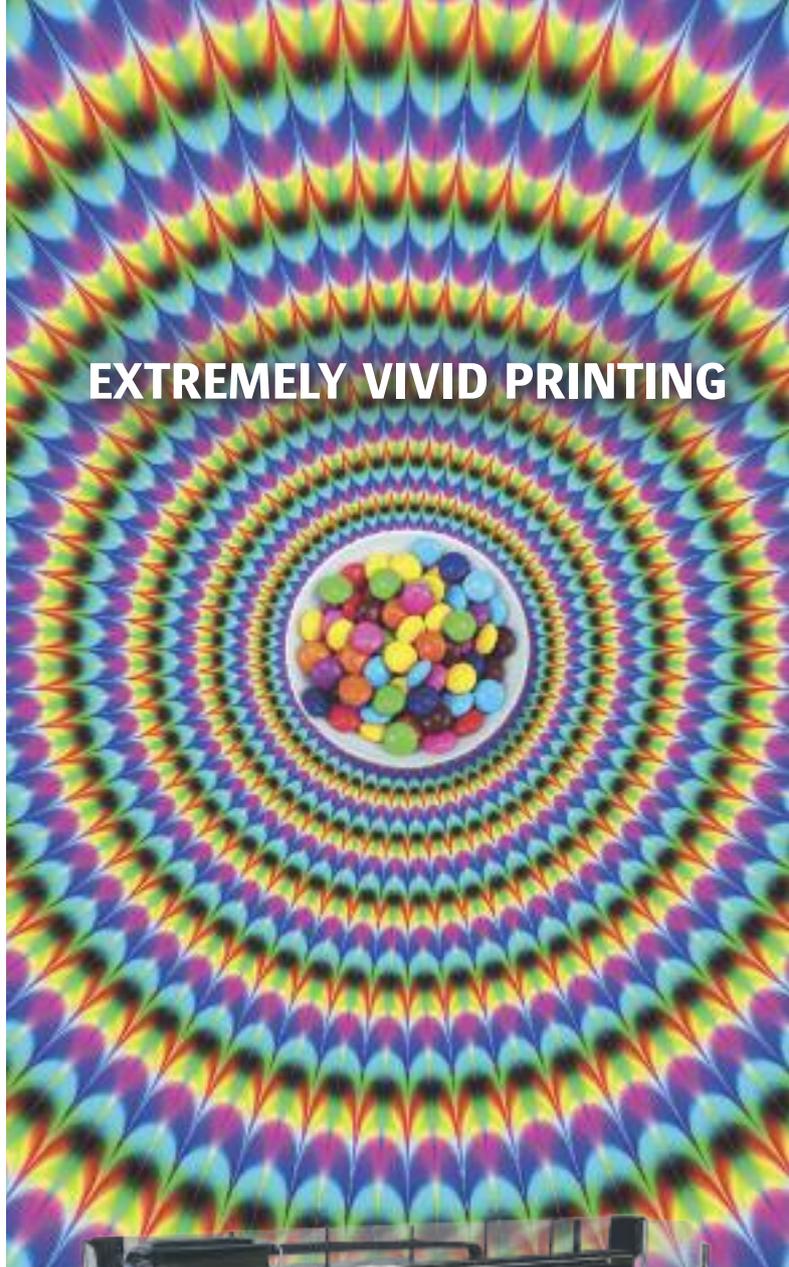


Vice President Central Region und in der Schweiz verantwortet **Daniel Horber** als Country Manager die Geschäfte von OKI Schweiz. • Zum 1. August 2015 hat **Martin Oser** als Leiter Kommunikation die Verantwortung für die Aktivitäten des Verbandes Druck und Medien Bayern in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung, Marketing und Mitgliedermanagement übernommen. • **Michel Hunkeler**, Bruder von CEO Stefan Hunkeler, ist per August als Mitglied der Geschäftsleitung in die Hunkeler AG eingestiegen. Der Eintritt ist ein wesentlicher Teil der Nachfolgeplanung mit der Absicht, das Unternehmen langfristig als eigenständiger Familienbetrieb weiter zu führen.

Vice President Central Region und in der Schweiz verantwortet **Daniel Horber** als Country Manager die Geschäfte von OKI Schweiz. • Zum 1. August 2015 hat **Martin Oser** als Leiter Kommunikation die Verantwortung für die Aktivitäten des Verbandes Druck und Medien Bayern in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung, Marketing und Mitgliedermanagement übernommen. • **Michel Hunkeler**, Bruder von CEO Stefan Hunkeler, ist per August als Mitglied der Geschäftsleitung in die Hunkeler AG eingestiegen. Der Eintritt ist ein wesentlicher Teil der Nachfolgeplanung mit der Absicht, das Unternehmen langfristig als eigenständiger Familienbetrieb weiter zu führen.



Vice President Central Region und in der Schweiz verantwortet **Daniel Horber** als Country Manager die Geschäfte von OKI Schweiz. • Zum 1. August 2015 hat **Martin Oser** als Leiter Kommunikation die Verantwortung für die Aktivitäten des Verbandes Druck und Medien Bayern in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung, Marketing und Mitgliedermanagement übernommen. • **Michel Hunkeler**, Bruder von CEO Stefan Hunkeler, ist per August als Mitglied der Geschäftsleitung in die Hunkeler AG eingestiegen. Der Eintritt ist ein wesentlicher Teil der Nachfolgeplanung mit der Absicht, das Unternehmen langfristig als eigenständiger Familienbetrieb weiter zu führen.



EXTREMELY VIVID PRINTING



DER NEUE JETI MIRA. FÜR BEEINDRUCKENDE FARBEN, DETAILS UND VIELSEITIGKEIT.

Dies ist keine optische Täuschung – es ist der Jeti Mira-Effekt! Der neue, echte **Flachbett-UV Inkjet Wide Format Drucker** enthält alle Eigenschaften – von der Druckqualität bis zur Produktionsflexibilität. Der Jeti Mira wurde mit dem Know-how unserer F&E-Abteilung entwickelt und bietet **atemberaubende Farben und umwerfende Sign und Displays, die sofort auffallen**. Mit der Rolle-zu-Rolle Option können Sie auch Rollenmedien in außergewöhnlich hoher Qualität bedrucken.

Erleben Sie Farbe mit uns neu.
Besuchen Sie uns auf www.agfagraphics.com.

AGFA 
STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Die Game-Changer im Wellpappendruck

Von Markenartiklern werden die Realisierbarkeit innovativer Designs und Individualisierbarkeit gefordert. Machbar ist das nur im Digitaldruck. Der könnte damit zum ›Game Changer‹ bei der Verpackungsherstellung werden.

Von KNUD WASSERMANN

Ob T-Shirt, Smartphone, Buch oder Wein – bestellt wird oft per Mausklick, versendet fast immer in Wellpappe. Die vielseitigen Alleskönner aus Wellpappe ermöglichen es, Produkte einfach, schnell und sicher zu liefern. »Auch im E-Commerce zählt heute der erste Eindruck«, weiß Hubert Marte, Sprecher des Forum Wellpappe Austria. Denn der Kunde hält die Verpackung noch vor dem Produkt in Händen. »Das wissen auch die Händler und legen daher immer mehr Wert auf eine attraktive Gestaltung ihrer Pakete.« Auch in diesem Segment steigen also die Anforderungen an die Verpackungsindustrie, auf Kundenanfragen kurzfristig zu reagieren sowie kleine und mittlere Auflagen on demand zu produzieren.

Konsumverhalten lässt Bedarf steigen

Der Digitaldruck ist aktuell für 5% des Produktionsvolumens in der Verpackungsindustrie verantwortlich. Laut Dr. Markus Lorenz, Partner und Managing Director der Boston Consulting Group, wird sich dieser Anteil bis 2019 fast verdoppeln (8% bis 10%). Dabei resultiert das Wachstum nicht nur aus einer Umschichtung vom Offset- auf den Digitaldruck, sondern auch von einem jährlichen Anstieg an Corrugated-Verpackungen um 4,3%. Schon heute werden laut Pira-›Packaging Re-

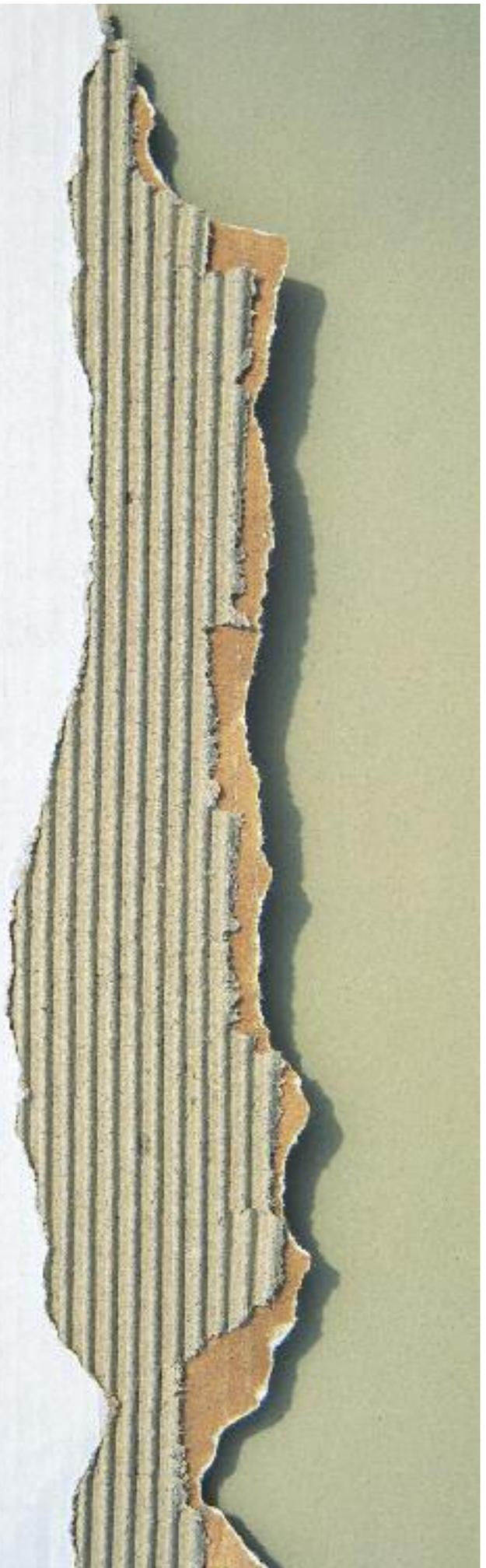
port 2013‹ weltweit über 100 Mrd. US-Dollar mit Corrugated-Boards erwirtschaftet. Den steigenden Bedarf für Corrugated-Anwendungen sieht Markus Lorenz in fünf zentralen Trends:

- das veränderte Konsumverhalten durch Internet-Shopping
- die Fokussierung auf Leichtverpackungen und Microflutes
- Shelf Ready Packaging (SRP) beziehungsweise Retail Ready Packaging (RRP) und
- neue Drucktechnologien für die schnelle und intelligente Umsetzung von POS-Maßnahmen.

Die Karten werden neu gemischt

Der Digitaldruck könnte zum ›Game Changer‹ im Segment Fast Moving Consumer Goods werden (das sind Güter wie etwa Lebensmittel, Kosmetika etc., die sehr schnell umgesetzt werden), wo funktionale Verpackungen wie RRP und Smart Packaging sowie die Nachhaltigkeit in Form der ›3Rs‹ (Reduce, Recycle, Reuse) den Einsatz von neuen Technologien notwendig machen.

Gleichzeitig werden von der Markenartikel-Industrie die durchgängige Realisierbarkeit innovativer Designs und Individualisierungen gefordert. Dementsprechend sind hier On-Demand-Lösungen in höchster Druckqualität und eine neue Form der Flexibilität gefragt. Waren 1990 gerade einmal drei Kampagnen-



Analoge Verfahren stoßen beim Direktdruck auf Wellpappe materialbedingt an ihre qualitativen Grenzen. Bislang wurde daher ein Zwischenschritt eingelegt: Die Sujets werden im Offset oder anderen Verfahren auf Liner gedruckt und dann auf Wellpappe kaschirt. Mit der Maschine, die HP und KBA gemeinsam entwickeln und die im November 2015 vorgestellt werden soll, soll dieser Zwischenschritt entfallen.



wechsel pro Produkt und Jahr die Regel, sind es heute bereits 15 im Durchschnitt.

Dies sind zwar starke Argumente für den Digitaldruck, doch analoge und digitale Verfahren werden noch lange Zeit nebeneinander existieren.

Direktdruck statt Liner

So stoßen analoge Verfahren beim Direktdruck auf Wellpappe materialbedingt an ihre qualitativen Grenzen. Daher wird ein Zwischenschritt eingelegt. Die Sujets werden im Offset oder anderen Verfahren auf Liner gedruckt und dann auf Wellpappe kaschirt.

»Digitale Technologien drucken dagegen ohne Qualitätseinschränkungen direkt auf Wellpappe«, sagt Mike Wozny, Product Marketing Manager bei Efl Inkjet Solutions. Davon ist auch Luis Christophe, Corrugated Segment Manager bei HP überzeugt und meint: »Nur digitale Druckverfahren sind in der Lage, diese neuen Anforderungen zu erfüllen. Durch die Umschichtung von Aufträgen in den Digitaldruck lässt sich aber auch die Effizienz der analogen Druckverfahren steigern, da man sich auf die Stärken des jeweiligen Verfahrens konzentrieren kann.«

Break-even-Point: 1.000 Stück

Hinsichtlich des Break-even-Points dürfte es sehr schwer sein, sich verbindlich festzulegen, da er von zu vielen Faktoren abhängig ist. Beim

direkten Druck auf Wellpappe liege die Gewinnschwelle bei rund 1.000 Stück berichten Kunden aus der Praxis, die etwa 150.000 m² Wellpappe im Monat mit den Lösungen von HP bedrucken. Dabei ist natürlich abzusehen, dass sich der Break-even in den nächsten Jahren weiter zugunsten des Digitaldrucks nach oben verschieben wird.

Es sei aber nicht nur die Produktivität, sondern auch die Qualitätsverbesserung und die Übereinstimmung mit den Pantone-Farben, die einen Umstieg auf den Digitaldruck attraktiver machen, meint Mike Wozny: Kunden produzierten mit dem Efl HS100 Pro bis zu 1.000 Wellpappetafeln wirtschaftlich.

Problem End-to-End-Lösung

Obwohl schon längere Zeit Digitaldruck-Lösungen für das Bedrucken von Wellpappe verfügbar sind, reagiert der Markt doch eher zurückhaltend. Einer der Produzenten, der sich eine Vorreiterrolle zugetraut hat, ist die Bauernfeind Druck + Display GmbH. Mit einem Drucksystem von Durst, einem Schneidplotter und Veredelungsmaschinen werden innerhalb von 24 Stunden kleine und mittlere Auflagen On-Demand und gewinnbringend produziert.

»Das Drucken an und für sich ist nicht die schwierigste Aufgabenstellung im industriellen Wellpappenmarkt. Die größte Herausforderung ist es, eine End-to-End-Lösung zu schaffen, die von der Vorstufe bis

zum Finishing reicht und einen reibungslosen Produktionsablauf ermöglicht«, erläutert Luis Christophe. Zumal bei diesen Formaten auch ein entsprechendes RIP benötigt werde, um die Datenmengen zu bewältigen, betont Mike Wozny. Neben der Technik sei aber auch der Verkauf gefordert, den digitalen Wellpappendruck am Markt optimal zu platzieren, die Vorteile zu verkaufen und nicht zu verschenken. Nur mit dem Einkauf zu sprechen, könnte sich als kontraproduktiv erweisen und den Preisdruck noch weiter erhöhen. Die Vorteile einer digitalen Produktion lassen sich nur im Gespräch mit dem Supply-Chain-Management oder dem Marketing darstellen.



Wissen, wo es lang geht

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Wachsendes Angebot

Im Wesentlichen sind es drei Hersteller aus dem digitalen Lager, die spezielle Lösungen für das Bedrucken von Wellpappe anbieten: Durst, Efl und HP. Dazu kommen aus dem konventionellen Druck Bobst mit Kodak-Druckköpfen und KBA.

Schon im Herbst 2014 präsentierte Durst mit der Rho-1300-Serie die Weiterentwicklung seines Portfolios für den industriellen Wellpappendruck. Aktuell wollte sich das Unternehmen nicht zu seiner weiteren Strategie äußern. Wir vermuten jedoch, dass Durst in Kürze mit einer Single-Pass-Lösung auf den Markt kommen wird, die genau auf dieses Segment abgestimmt ist.

Efl hat für die Produktion von Kleinauflagen den GS3250 LX Pro im Programm, mit dem sich in einer Stunde etwa 60 Corrugated-Boards mit bis zu acht Farben bedrucken lassen. Wer einen höheren Durchsatz benötigt, kann auf den HS 100 Pro zurückgreifen, der 100 Boards oder mehr in der Stunde schafft – dann allerdings nur mit sechs Farben. Beide Systeme setzen LED-Trockner ein, sodass die Wellpappetafeln direkt weiterverarbeitet werden können. HP verweist auf zwei unterschiedliche Lösungen, mit denen man für den Wellpappenmarkt antritt. Mit den Rolleninkjet-Systemen, in denen wasserbasierte Farben zum Einsatz kommen, spricht man den Preprint-Markt an.



Bei der industriellen digitalen Lösung setzt Bobst auf die Inkjet-Technologie von Kodak. Die Stream-Technologie bietet eine intensive Farbwiedergabe, hohe Druckauflösung und arbeitet mit lebensmittelkonformen Druckfarben, was für Verpackungshersteller ein zentraler Aspekt ist.



Hier wird in der Regel ein GT-Liner vorgedruckt, der im Anschluss auf die Wellpappe kaschiert wird.

HP mit breiter Kundenbasis

Für das direkte Bedrucken von Wellpappetafeln hat HP drei Pferde im Stall – die UV-Flachbettdrucker Scitex 11000, 15500 und 17000. Alle Systeme sind mit einem speziellen Materialtransport ausgestattet. Die Scitex 17000 bringt es beim Einsatz von vier Farben auf einen Durchsatz von 1.000 m²/h. Luis Christophe versichert, dass man bereits über eine relativ breite Kundenbasis verfüge – dazu gehören Swanline in Großbritannien, Carmen Frenkel in Israel oder DS Smith in Sweden. Parallel dazu hat HP 2014 eine Kooperation bei der Entwicklung neuer Inkjet-Lösungen für den hochvolumigen Wellpappenmarkt angekündigt. Damit Wellpappenproduzenten und einschlägige Druckdienstleister die aufgezeigten Trends für sich nutzen können, wollen HP und KBA leistungsstarke Thermal-Inkjet-Anlagen liefern, die von Rolle zu Rolle produzieren, die Kosten in der Prozessket-

te senken und dennoch die hohen Anforderungen der Markenartikelindustrie bezüglich Qualität und Produktionsvolumen erfüllen. Die ersten Ergebnisse der Zusammenarbeit sind die HP High-Speed Inkjet Corrugated Packaging Solution sowie deren Erstinstallation bei Obaly Morava, in der Tschechischen Republik. HP und KBA haben vor einigen Wochen ihre Pläne konkretisiert, die den gemeinsamen Bau der Inkjet-Rotation für den hochvolumigen Markt zum Inhalt haben. Nach den vorliegenden Informationen handelt es sich bei der Maschine unter dem Namen HP T1100 Simplex Color Inkjet Web Press um eine Rollenrotation mit einer maximalen Papierbahnbreite von 2,5 m bis 2,8 m (110 Zoll) für den Druck von Wellpappen-Top-Liner (Deckkartons, die später auf den Wellpappenträger kaschiert werden). Die Maschine soll mit einer Geschwindigkeit bis zu 183 m/Min. produzieren und dabei 27.871 m² pro Stunde herstellen. Verpackungsdrucker können mit dieser Lösung bei kleinen, mittleren und großen Auflagen unterschiedliche Jobs auf einer Rolle kombinie-

ren. Anders als bei analogen Druckverfahren kann beim digitalen Inkjet-Druck am Ende des Herstellungsprozesses jede Verpackung anders aussehen.

200 m Wellpappe pro Minute

Bobst hatte bereits zur drupa 2012 angekündigt, dass man an der Entwicklung einer digitalen Lösung für den Wellpappendruck arbeite. Das Projekt ist auf der Schiene, denn die erste Betainstallation der Digitaldruckmaschine ist bei der Model AG in Weinfelden, Schweiz, in Betrieb gegangen (siehe auch »Druckmarkt 98«). Die für den digitalen Vierfarbdruck auf eine breite Palette gestrichener und gestrichener Wellpappen konzipierte digitale Bogendruckmaschine ermöglicht bei hohen Geschwindigkeiten die Personalisierung sowohl kleiner als auch großer Auflagen von Verpackungen. Bei einer Geschwindigkeit bis 200 m/Min. liefert die neue Druckmaschine auf Bogen bis zu einer maximalen Größe von 1,3 x 2,1 m eine ansprechende Qualität. Für die erste Betainstallation wurde das Werk der Model AG in Weinfelden gewählt, das die Produktions- und Management-Zentrale der Model-Gruppe mit einem Umsatz von 700 Mio. Schweizer Franken ist. Dr. Daniel Model, CEO der Unternehmensgruppe: »Wir sind fest davon überzeugt, dass die Technologie dieser Lösung von Bobst die Herstellung von Verpackungen aus Well-

pappe nachhaltig verändern wird.« Bei dieser Lösung setzt Bobst auf die Stream-Inkjet-Technologie von Kodak. Sie bietet nicht nur eine intensive Farbwiedergabe und hohe Druckauflösungen, sondern arbeitet auch mit lebensmittelkonformen Druckfarben, was für Verpackungshersteller in verschiedenen Bereichen ein zentraler Aspekt ist. Philippe Milliet, Leiter des Geschäftsbereichs Sheetfed bei Bobst, meint dazu: »Die Digitaldruckmaschine ist mit anderen bislang bekannten Lösungen nicht vergleichbar. Für Hersteller von Verpackungen aus Wellpappe schließt sie die Lücke zwischen dem hochauflagigen Flexodruck und den bisher verfügbaren Digitalsystemen mit geringerer Kapazität. Darüber hinaus wurde die Maschine so konzipiert, dass sie sich mühelos in die typischen Produktionsumgebungen der Wellpappenindustrie integrieren lässt. So können unsere Kunden mit ihr ihren Kunden die höhere Flexibilität und die Reaktionsfähigkeit bieten, die sie brauchen, um die dynamischen Anforderungen der Verbrauchermärkte mit versionierten, individualisierten und personalisierten Produkten abdecken zu können.« Die Statements der Hersteller zeigen, dass mehr und mehr Bewegung in das Segment kommt und man hier schon in den nächsten Monaten bis zur drupa 2016 mit weiteren Ankündigungen rechnen kann.



SOS KINDERDORF STIFTUNG

Für Dich!
Ein Kinderlächeln. Was gibt es Schöneres? Schenken Sie eine unbeschwerte Kindheit – mit Ihrer Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung.

Petra Träg, 089/12606-109, petra.traeg@sos-kinderdorf.de

Stiften Sie zu – jetzt online!

sos-kinderdorf-stiftung.de



und / oder



Digital mit KBA RotaJET

Kleine Zeitungsauflagen
 Variabler Datendruck
 Print-on-Demand
 Personalisierung
 Individuelle Mailings
 Bücher, Zeitschriften
 Industrieller Druck
 Neue Geschäftsmodelle
 1:1 Marketing

Offset mit KBA Commander

Kleine bis große Auflagen
 Semicommercials
 Kurze Rüstzeiten
 Hohe Druckqualität
 Neue Werbeformate
 Hohe Produktivität
 Automatisierung nach Maß
 Kompakte Bauweise
 Zielgruppen-Produktion

Welchen Weg Sie auch wählen. KBA hat die Lösung.

Die Medienbranche ist im Wandel. Druckauflagen werden kleiner und die Zielgruppen spezifischer. Die Ansprüche bei Qualität, Produktivität, Flexibilität und Wirtschaftlichkeit steigen. Neue Werbeformate und neue Geschäftsmodelle mit Mehrwert sind gefragt. Als Technologieführer bietet KBA maßgeschneiderte Lösungen – egal ob im bewährten Offset mit der erfolgreichen Commander-Familie oder im Inkjet-Digitaldruck mit der robusten RotaJET-Reihe.

Mehr Infos? Anruf genügt.

Besuchen Sie uns auf der
World Publishing Expo
 in Hamburg
 vom 05.-07.10.2015
Halle A4, Stand 330

Muster aus dem A3-Drucker

Was macht ein Geschenk zum Hingucker? Die Verpackung! Die Auswahl erscheint hierbei unendlich. Hinter den vielfältigen Geschenkverpackungen, die es überall in großer Auswahl und in unterschiedlicher Qualität gibt, steht eine ganze Produktionsindustrie. Für die Produktion seiner Mustermappen setzt Dpv Druck und Papierveredelung auf OKI.

Text und Bilder: OKI

In Langweid-Foret in der Nähe von Augsburg ist dpv Druck und Papierveredelung, ein Unternehmen mit etwa 60 Mitarbeitern, das sich ganz dem Druck von Geschenkpapieren und der Papierveredelung verschrieben hat. Ob es sich um die klassischen Geschenkpapierrollen in verschiedenen Längen handelt, um Bogenware plano oder lagengefaltet oder um schuppengefaltete Mehrfachverpackungen: »Alles aus einer Hand« lautet das Motto. Das Portfolio beinhaltet neben Geschenkpapieren und -taschen Glückwunschkarten, Mustermappen und Displays, um die Papiere zu präsentieren.

Das vielfach zertifizierte und ausgezeichnete Unternehmen gehört zur ggeiselberger group, Altötting, und bietet als Dienstleistungen Prepress, Design, Offset- und Tiefdruck, Veredelung und Finishing. Wer hier produzieren lässt, hat die Gewissheit, dass sich die Prozesse nach festgeschriebenen Umweltstandards ausrichten und das Papier aus nachweislich nachhaltiger Produktion stammt.

Das Equipment ist stets auf dem aktuellen Stand der Technik und ermöglicht damit innovative Umsetzungen. »Wir sind stolz auf unsere High-Performance-Ausstattung und unser vielfältiges Angebot«, erklärt Jürgen Taufer, Leiter Prepress bei dpv. »Eine Achtfarben-Bogenoffsetmaschine für den UV-Farben-Betrieb mit Kaltfolienveredelung, eine Tiefdruckrotation, verschiedene Stanz- und Prägemaschinen für anspruchs-



volle Veredelungen und vielfältige Konfektionsmaschinen stehen für die Produktion zur Verfügung.« Zudem steht den Kunden bei dpv eine Design- und Kreativabteilung beratend zur Seite.

Doch wie so oft steckt die Tücke im Detail: »Auf Messen, in Kunden- und Akquisegesprächen arbeiten wir viel mit unseren Mustermappen. Papiere in unterschiedlichen Stärken und Qualitäten werden in einer solchen Mappe gebündelt. Dabei muss die Farbqualität stimmen. Denn über die Muster entscheidet sich, ob es zu einem Auftrag kommt oder nicht. Allerdings ist die Produktion dieser Mappen teuer.«

Speziellösung OKI ES9431

Bis Ende 2014 arbeitete dpv bei den Mustermappen mit einem nicht profilierten Laserdrucker. »Damit konnten wir allerdings nicht die Originalpapiere bedrucken, was der Qualität

sehr abträglich war«, erläutert Taufer. Bei einem Besuch des Showrooms seines Systemhauspartners Dewart im Allgäu lernte Jürgen Taufer den Farbdrucker ES9431 von OKI kennen. »Ich habe dank der Beratung sofort erkannt, dass wir mit diesem Gerät die ideale Lösung für unsere Mustermappen gefunden haben«, erklärt Taufer.

Doch bevor Taufer die Entscheidung traf, wollte er sichergehen, dass die Druckqualität auch wirklich den Anforderungen genügen würde. »Wir gaben möglichst farbverbindliche Musterdrucke auf LWC-Papier in 80 Gramm, Karton in 220 Gramm sowie 100 Gramm Laserpapier vor.« Dewart sagte eine mindestens 90-prozentige Farbbechtheit zu. »Tatsächlich haben sie es in der vereinbarten Zeit von zwei Wochen geschafft, den Drucker so zu profilieren, dass das Muster derart dem Original ähnelt, dass für das menschliche Auge kein Unterschied auszumachen ist.«

Leasingoption für fünf Jahre

Für die Profilierung war zusätzlich ein Raster Image Processor notwendig, in dem die Farbprofile hinterlegt werden. Notwendige Anschaffungen für dpv waren ein zusätzlicher Rechner, die Efi Fiery XF RIP Software und das OKI Ausgabemodul. Bei einem Basispreis des OKI-Druckers um die 4.000 €, dem notwendigen RIP in der Erweiterungsstufe (weitere 5.000 €) sowie den Kosten für Beratung und Dienstleistung ergab sich dpv für ein Leasingangebot von etwa 120 Euro pro Monat mit erweiterter Garantie für eine Laufzeit von fünf Jahren.

Innerhalb von zwei Tagen war das System installiert und voll einsatzfähig. »Wir rechnen damit, dass sich unsere Investition in nur zwei Jahren amortisiert hat«, führt Taufer aus, »was aber vor allem zählt, ist die professionellere Präsentation unserer Geschenkpapiere, weil wir nun auf Originalpapier drucken können.« Mit den neuen Mustermappen kann das Vertriebsteam dem nächsten Messeauftritt gelassen entgegensehen. Aber bei dpv ist kein Stillstand angesagt: Man hat Druck auf Kaltfolie und Sonderfarben im Visier, bei denen man sich durchaus eine weitere Zusammenarbeit mit dem Systemhaus- und Herstellerpartner vorstellen kann.

› www.dpv.net

› www.oki.de



ERKENNEN SIE DEN UNTERSCHIED?

Natürlich. Und welcher Drucker lässt sich nun am Besten verkaufen? Auch klar. Denn die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, zeichnen jährlich die besten Lösungen und Produkte aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner mit den begehrten EDP Awards aus. So unterstützen die Magazine der EDP mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und die EDP Awards werten die Produkte auf.

Reichen Sie jetzt Ihre Bewerbung ein. Und nehmen Sie Ihren EDP Award 2015/2016 auf der drupa 2016 entgegen:
www.edp-awards.org

Austria | BeNeLux | Czech Republic/Slovakia | Denmark | Finland | France | Germany | Greece | Hungary/Romania | Italy | Liechtenstein | Norway | Poland | Russia | Spain | Sweden | Switzerland | Turkey | UK/Ireland | Ukraine

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



www.edp-net.org

Kennzeichnen und Etikettieren

Was 1979 mit 80 Ausstellern und rund 2.000 Besucher begann, ist längst eine der europäischen Leitmesse rund um die Verpackung. Zuletzt 1.439 Aussteller und 34.598 Besucher sprechen für sich. Grund genug, ›Kennzeichnen & Etikettieren‹ in den Fokus zu rücken, erlebbar bei der FachPack vom 29. September bis 1. Oktober in Nürnberg.

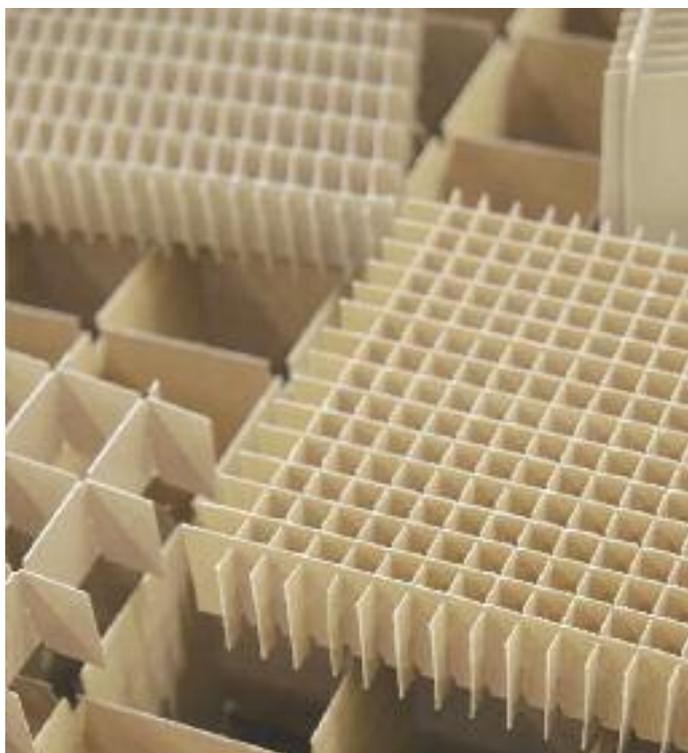
Von KLAUS-PETER

Die Fachbesucher sollen nach dem Wunsch der Veranstalter Innovationen entlang der Prozesskette Verpackung, Technik, Veredelung, Logistik erleben. Denn auch in der Verpackungsbranche machen sich Strukturveränderungen bemerkbar:

Mit dem Coffee-to-go in der Hand schnell die Einkäufe auf dem Smartphone erledigen und dann nach Feierabend auf dem Heimweg die Bestellungen abholen – das könnte ein Szenario des Konsumenten der Zukunft sein. Jedenfalls wächst der Online-Handel weiter, bei dem das Auspacken der bestellten Waren der erste Berührungspunkt mit dem Produkt ist. Dabei muss die Verpackung deutlich mehr leisten, als das Produkt zu schützen oder im Ladenregal zu glänzen.

Die Kennzeichnungstechnik übernimmt hier zusätzliche Aufgaben: Sie steuert die Bestellungen und bringt sie zum richtigen Empfänger. So stellt der Strukturwandel im Einzelhandel die Verpackungsindustrie in allen Bereichen vor zum Teil völlig neue Herausforderungen.

Als weiterer Trend wird die Individualisierung von Produkten gesehen: Das Angebot erstreckt sich vom Müsli, das sich der Konsument in der bevorzugten Variante mischen lassen kann, bis zur Kreation persönlicher Teespezialitäten – eine Herausforderung für die Hersteller und Maschinenteknologie, denn die unzähligen Varianten und Mischungen müssen produziert und verpackt werden und auch das Etikett muss



Auf der FachPack geht es weniger um die Schönheit einer Verpackung, sondern um ihre Funktionalität (Foto: Messe Nürnberg).

jeweils individuelle Angaben und Informationen enthalten. Ein weiteres wichtiges Feld für Kennzeichnungslösungen: Sie helfen mit, Produkte exakt zu identifizieren.

Markenfälschungen sind für Luxusgüter, vor allem aber auch für die Health- and Beauty-Industrie ein Problem, das durch das Online-Shopping noch verstärkt wird. Fälschungen treten immer professioneller auf und verursachen nicht nur erhebliche Schäden für die Markenartikler, sondern können im schlimmsten Fall auch die Gesundheit der Konsumenten gefährden.

Die standardisierte Serialisierung von Arzneimittel-Packungen stellt neue Anforderungen an den Umgang mit wachsenden Datenmengen. Alle Produkt- und Logistikinformationen müssen für jede einzelne Medikamentenverpackung erfasst und gespeichert werden. Individualisierungs- sowie Track- und Trace-Systeme für effiziente, lückenlose Produktverfolgung sowie sichere Echtheitsprüfung und Fälschungsschutz basieren auf intelligenter Software-Architektur, die sich mit moderner Maschinen- und Drucktechnologie verbinden lässt.

Interaktiv werden Verpackungen durch QR-Codes oder Augmented Reality. Auch hier spielt das Stichwort Individualisierung eine Rolle: Inkjet-Drucker können neben Barcodes, QR-Codes, Logos und Zeichensätzen auch einmalige Codes drucken, die zur Rückverfolgbarkeit oder zu Promotional Coding wie interaktiven Gewinnspielen verwendet werden. Sie lassen sich mit dem Smartphone oder am PC aktivieren. Und schließlich kommen mit dem wachsenden Versandhandel der Online-Shops auch neue Aufgaben auf die Logistik zu.

Kennzeichnungen sind unverzichtbar

Kennzeichnungen lenken Warenströme, liefern Verbraucherinformationen, animieren mit ihrer individuellen Gestaltung zum Kauf und sichern die Echtheit und Rückverfolgbarkeit von Produkten. Das Fokusthema der FachPack 2015 gewährt einen umfassenden Überblick über Labels aller Art, die zur Information (›smart labelling‹) oder Dekoration (›nice labelling‹) dienen. Effektive Etikettiermaschinen, innovative Identifikations-, Codier- und Warensicherungssysteme, Track & Trace, unterschiedliche Trägermaterialien, neueste Drucker und Druckverfahren wie Digitaldruck und 3D-Druck, Auto-ID-Systeme, präzise Kennzeichnungsverfahren durch Laser oder Tinte und vieles mehr gibt es auf der Messe zu entdecken.

INPRINT

INDUSTRIAL PRINT SHOW

DIE FACHMESSE FÜR INDUSTRIELLE
DRUCKTECHNOLOGIE

WWW.INPRINTSHOW.COM



SPEZIALDRUCK • SIEBDRUCK • DIGITALDRUCK
INKJET-DRUCK • 3D-DRUCK

FUNKTIONALER UND DEKORATIVER
DRUCK AUF METALL, KUNSTSTOFF,
FOLIE, TEXTIL, GLAS, KERAMIK,
HOLZ UND VERPACKUNGEN

10.-12. NOV. 2015

MESSE MÜNCHEN

HALLE A6, EINGANG OST
PARALLEL ZUR PRODUCTRONICA



PARTNER/SPONSOREN



VERANSTALTER: FM BROOKS, TEIL DER MACK BROOKS EXHIBITIONS GROUP



Das Fokusthema der FachPack 2015
gewährt einen umfassenden Über-
blick über Labels aller Art.

Auch das Rahmenprogramm widmet sich in vielen Beiträgen dem Thema ›Kennzeichnen und Etikettieren‹: Die Sonderschau ›Smart Labeling – ein Blick in die Zukunft‹ des Fraunhofer Instituts für Materialfluss und Logistik (IML), Dortmund, wartet mit aktuellen Ergebnissen auf. Best Practice Beispiele veranschaulichen die Trends aus Forschung und Entwicklung im Bereich der Identifizierungstechnologien. Neben der optimalen Verpackung spielen die richtige Kennzeichnung und Identifikation von Waren eine maßgebliche Rolle in der Logistik und eröffnen neue Wege für innovative Lösungen – von standardisierten Track & Trace Systemen bis hin zur Inventur mit Drohnen. Auf vier Themeninseln präsentiert die Sonderschau die wesentlichen Wirtschaftszweige der Logistik: Produktion, Logistikdienstleister, IT und Handel. Interessierte Fachbesucher erleben neueste Technologien und können diese auch ausprobieren. Raum für fundierte Erweiterung des eigenen Fachwissens, inspirierenden Austausch, rege Diskussionen oder einen belebenden Kaffee im Messe-trubel bietet das beliebte Forum PackBox. Auch hier wird das Fokusthema aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet: Serialisierung im Pharma-Bereich, Smart Labeling und die veränderten Herausforderungen für den Logistikbereich – ohne intelligente Kennzeichnungslösungen kaum umzusetzen. Wer sich dazu näher informieren möchte,

kann kostenlos und ohne Anmeldung in der PackBox Platz nehmen und den Vorträgen lauschen. Am Pavillon ›Etiketten & mehr‹, der gemeinsam mit dem Verband der Hersteller selbstklebender Etiketten und Schmalbahnconverter (VskE) konzipiert wird, präsentieren sich Etikettenhersteller, die in der täglichen Praxis solche Lösungen für Kunden aus der Nahrungsmittel-, Getränke- und Pharmaindustrie sowie für den Handel fertigen. Etiketten sind so vielfältig wie ihre Anwendungen, daher umfasst das Angebot eine große Bandbreite von Gestaltung, Druckverfahren und Veredelung. Im Rahmen der Sonderschau ›Packaging-Design‹ widmet sich bayern design anhand ausgewählter Exponate beispielhaftem Verpackungsdesign. ›Nice Labelling‹, also die innovative Gestaltung von Etiketten, ist einer der zentralen Faktoren für gelungene Markenkommunikation und Markterfolg. Um die Besucher schnell und effektiv zu den Firmen mit einem speziellen Angebot rund um das Thema ›Kennzeichnen und Etikettieren‹ zu führen, gibt es vor Ort einen eigens angelegten Ausstellerpfad. Und auch in der Ausstellerdatenbank und im Messebegleiter werden diese Unternehmen besonders hervorgehoben.

› www.fachpack.de/fokus

**GEMEINSAM:
FFI UND PRO CARTON**

FFI e. V. und Pro Carton sind auch in diesem Jahr wieder mit einem Verbände-Gemeinschaftsstand auf der FachPack in Nürnberg. Gemeinsam repräsentieren die beiden Verbände die deutsche und die europäische Kartonindustrie.

Der Fokus liegt in diesem Jahr auf der aktuellen »Touchpoint-Studie 2015« des Fachverbands Faltschachtel-Industrie e. V. (FFI). Sie liefert erstmals Zahlen zur Reichweite von Faltschachteln und Kennziffern für den Beitrag von Verpackungen zum Marketing-erfolg. Mit Hilfe des im Rahmen der Studie entwickelten Media-Äquivalenzwertes lassen sich auf Basis der Brutto-reichweite einer Verpackung die Konsumentenkontakte mit einem konkreten Wert hinterlegen. Dadurch wird ein Vergleich zu anderen Kommunikationskanälen ermöglicht. Markenartikler und Marketingverantwortliche können somit die Investition in die Verpackung ins Verhältnis zu ihrer kommunikativen Leistung setzen. Am »Touchpoint Faltschachtel« erhalten die Besucher neben topaktuellen Fachinformationen und Studien auch umfangreich und individuell Auskunft sowohl über die Branche an sich und die Arbeit der Verbände als auch über die Kompetenzen einzelner Mitgliedsbetriebe.

› www.ffi.de

**FLEXIBLE UND RIGID
PACKAGING**

Auf der FachPack wird Sappi Speciality Papers innovative Lösungen für Flexible Packaging, Rigid Packaging und für Topliner präsentieren. Sappi zeigt dabei eine Reihe von Spezialpapieren und Kartons für unterschiedliche Verpackungsanforderungen, angefangen bei Umverpackungen bis hin zu Faltschachteln, die für alle Druck-, Verarbeitungs- und Veredelungsprozesse geeignet sind. Auf der Messe wird Sappi unter anderem mit atelier erstmals sein neues Konzept für Faltschachtelkartone der breiten Öffentlichkeit präsentieren. Der innovative GC-Karton übertrifft dabei die aktuellen und üblichen Marktstandards. atelier zeichnet sich durch eine maximale Weiße und Reinheit aus. Der hohe Glanz bei gleichzeitig seidenmatter Haptik und Anmutung und sein beispielloses spezifisches Volumen machen den Karton einzigartig.

Ebenfalls präsentiert wird der hochweiße GZ-Karton Algo Design und der hochweiße Premium-Topliner Fusion zum Kaschieren von Kartonagen und Wellpappe. Im Bereich flexible Verpackungen wird das Papier Algo Nature ausgestellt. Hierbei handelt es sich um ein zertifiziertes, heimkompostierbares Material, das auf nachwachsenden Rohstoffen basiert. Es ist das erste und derzeit einzige Verpackungspapier auf dem Markt, das im eigenen Garten kompostiert werden kann. Zusammen mit der Folie NatureFlex von Innovia Films bietet es eine innovative und nachhaltige Lösung für flexible Verpackungen.

› www.sappi.com

**EDELMANN MIT NEUEN KONZEPTEN
DIGITAL, SERIALISIERT UND INTEGRIERT**

Edelmann präsentiert auf der FachPack 2015 neue technologische Konzepte unter Einbindung digitaler Dimensionen, die der Verpackung eine neue Rolle zuweisen sollen. Produktinformationen via Bewegtbild mittels in die Faltschachtel integrierten Mini-Screens, interaktive Gewinnspiele per Touchcode oder Near Field Communication (NFC) – die Rolle des Markenbotschafters Verpackung definiert sich neu und Edelmann gestaltet die Prozesse dazu mit.

Faltschachteln, Vialcards und Packungsbeilagen macht Edelmann mit gedruckten digitalen Tools zu interaktiven Medien. So bringt der Touchcode digitale Inhalte durch die Berührung von Smartphone oder Tablet direkt auf Display. Die kontaktlose Datenübermittlung via NFC ist über ein in die Faltschachtel integriertes Label möglich.

Auch die Integration elektronischer Elemente in die Verpackung wird von Edelmann überzeugend präsentiert. So illuminieren LED-Leuchten Designs oder inszenieren eindrucksvoll den Produktnutzen. Soundbausteine machen dann das sinnliche Erlebnis komplett. Wer Marken neu inszenieren möchte, der findet bei Edelmann fast grenzenlose Möglichkeiten.

Darüber hinaus stehen Lösungen für den Fälschungs- und Markenschutz, die Kennzeichnung, die Serialisierung und Markierung im Mittelpunkt des Auftritts von Edelmann. Beispielhaft, an einer individualisierten Faltschachtel mit aufgedrucktem QR-Code, erhält der Messestand-

besucher Informationen zu den Möglichkeiten der Serialisierung von Verpackungen, zu der Verwendung personalisierter und individualisierter QR-Codes, den Einsatz produktspezifischer Texte und den Aufdruck von Codes für das Track & Trace.

Im Zusammenwirken mit 3GEN können die Messebesucher zudem auf dem Messestand von Edelmann ein hochqualitatives Kennzeichnungsverfahren erleben, das neue zusätzliche Potenziale für das Marketing eröffnet. Die Aufbringung von maschinenlesbaren Codes im sogenannten Laserablationsver-



Edelmann präsentiert auf der FachPack 2015 digitale Dimensionen für die Verpackung der Zukunft sowie Lösungen für die Kennzeichnung, Markierung, Serialisierung und eine identitätsstarke Markenpräsentation.

fahren setzt keine Aussparungen und keinen speziellen Lack voraus. Mit dieser Technologie wird die sichere Produktkennzeichnung und globale Produktverfolgung einfach. Auch eine Einbindung des Verbrauchers mittels mobiler Endgeräte ist möglich.

› www.edelmann.de

**BIRKAN UND HANS KAPPL
MIT DRUCKFORMEN**

Im Mittelpunkt der gemeinsamen Messepräsentation von Birkan und Hans Kappl stehen elastomere flexible Druckformen, die mit der bislang unübertroffenen Technologie der Laserdirektgravur mittels Faserlaser produziert werden. Speziell für die hohen Anforderungen von Verpackungsdruckern



Neue elastomere Druckform Laserline CML mit Stahlrücken – für Plastikbehälter- und Dosendruck.

bietet diese innovative Produktreihe einen erheblichen Qualitätsvorsprung.

Die Palette der Laserline-Produkte wurde nun für weitere Anwendungsbereiche weiterentwickelt:

Laserline CML ist mit einem Stahlträger ausgestattet, haftet mittels Magnetkraft am Druckzylinder und ist daher ab sofort auch in der Bedruckung von Plastikbehältern oder Blechdosensetzbar. Wie die gesamte Laserline-Serie überzeugt auch Laserline CML durch hervorragenden Farbübertrag, eine bemerkenswerte Auflösung bis 5.080 dpi und hohe Standzeiten. Die enorm quellresistente, in zwei verschiedenen Shore-Härten erhältliche EPDM-Oberfläche erlaubt zudem den problemlosen Einsatz von UV-Farben.

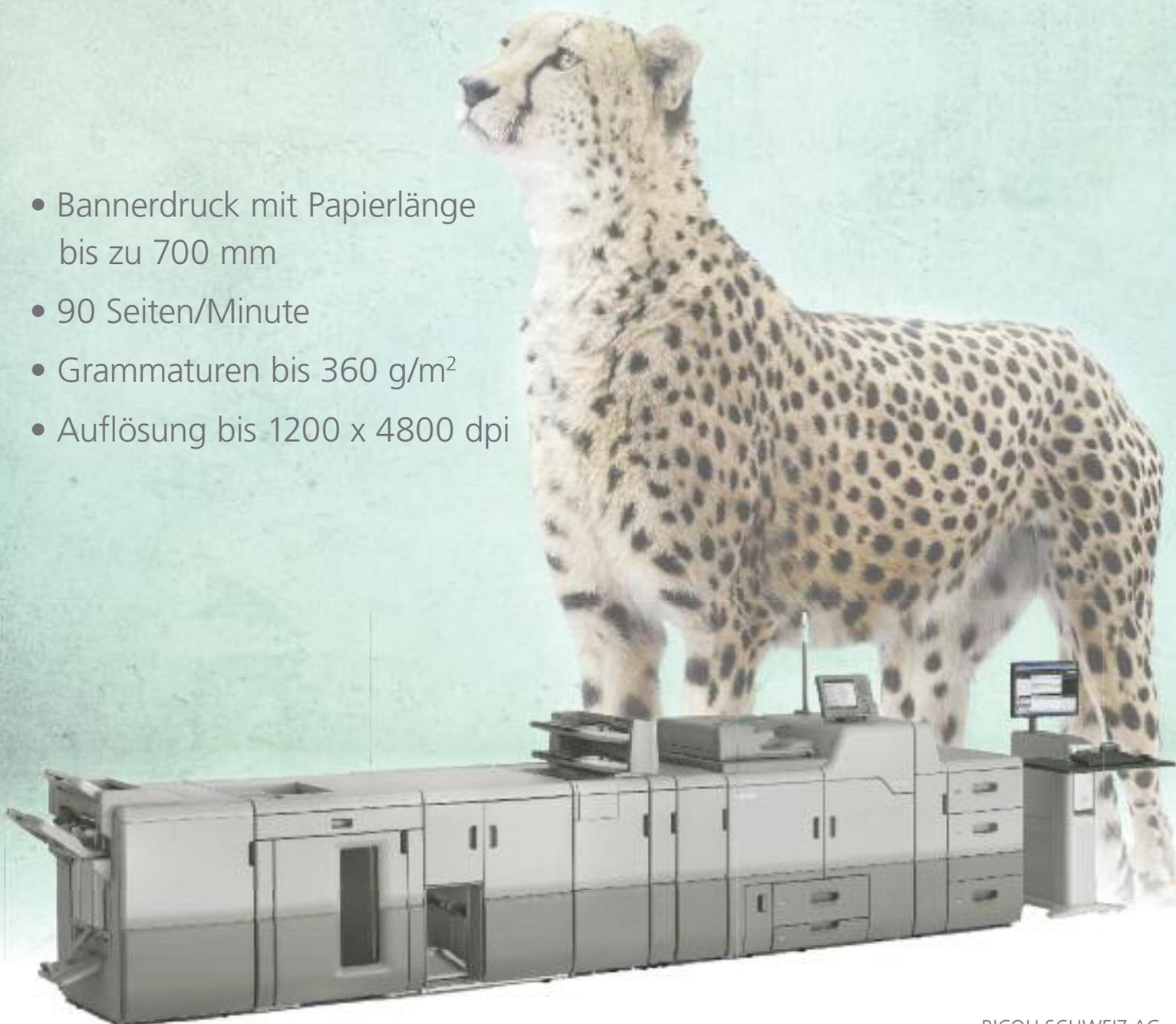
› www.birkan.de

Modellreihe RICOH Pro™ C7100X

RICOH
imagine. change.

Mit 5. Farbstation für transparenten und weissen Toner

- Bannerdruck mit Papierlänge bis zu 700 mm
- 90 Seiten/Minute
- Grammaturen bis 360 g/m²
- Auflösung bis 1200 x 4800 dpi



 Snap Me
Clickable Paper™

1 HERUNTERLADEN
der CP Clicker-App von iTunes oder Google Play Store-App

2 HALTEN
Sie Ihr Gerät über die mit dem Logo gekennzeichneten Seiten

3 FOTOGRAFIEREN
Sie die gekennzeichneten Seiten mit der CP-Clicker App

4 SEHEN
Sie nun weiterführende Informationen zu diesem Thema

RICOH SCHWEIZ AG
Hertistrasse 2
CH-8304 Wallisellen
+41 (0) 844 360 360
www.ricoh.ch
info@ricoh.ch

WESTROCK KARTON-LÖSUNGEN

WestRock ist aus der Fusion von MWV (MeadWestvaco) und RockTenn hervorgegangen und bietet sich in den Bereichen Konsumgüter- und Wellpappeverpackungen als Partner an.

Auf der FachPack 2015 wird WestRock seine Kartonlösungen für Segmente wie alkoholische Getränke, Lebensmittel, Schönheits & Körperpflege und vieles mehr ausstellen.

WestRock's Verpackungsplattform bietet eine Vielzahl an Vorteilen im Bereich Verpackung, Design aber auch Innovation. Das Unternehmen beliefert weltweit Kunden mit Lösungen für Endmärkte wie Lebensmittel, Gesundheit und Schönheit aber auch für Merchandising. Im Bereich vertikal integrierter Wellpappehersteller ist WestRock die Nummer zwei in Nordamerika, jedoch mit großem Potenzial in den Schwellenmärkten Brasilien und Indien, vor allem in Bezug auf Wellpappe, Kraftkarton und Liner.

In Europa ist WestRock nun seit über 50 Jahren als einer der führenden Anbieter von Kartonlösungen tätig. Das erstklassige, hochmoderne Schneidezentrum Service Centre Venlo in den Niederlanden bietet kurze Vorlaufzeiten sowie ein umfassendes Vertriebsnetz, um all den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden.

› www.westrock.com

VOLLAUTOMATISCHE CUTTERSYSTEME

Auf der Fachpack 2015 präsentiert Zünd vollautomatische Cuttersysteme für Manufakturen und industrielle Verpackungshersteller. Zünd bietet auf jeden Einsatzbereich abgestimmte Automatisierungslösungen zur Materialzuführung und -entnahme.

Auf dem Messestand in Nürnberg stellt Zünd neue Automatisierungslösungen für seine modularen Hochleistungscutter vor. Verpackungsdienstleister steigern damit ihre Produktionsleis-



Mit neuen Automatisierungslösungen von Zünd optimieren Verpackungsdienstleister ihre Produktivität.

tung und reduzieren gleichzeitig Personalkosten. Eines der Highlights auf dem Zünd Stand ist die vollautomatische Produktion auf einem S3 M-800. Das zu bearbeitende Material wird über den Sheet Feeder effizient zugeführt. Im nächsten Arbeitsschritt erfasst das ICC Kameerasystem den QR-Code auf dem Material. Anschließend öffnet das Zünd Cut Center ZCC automatisch den richtigen Auftrag. Nach der Bearbeitung entnimmt der Picking Roboter die fertig geschnittenen Teile und sortiert sie vollautomatisch ab. Der hochmoderne kollaborative Roboter ist vollständig in den Workflow integriert und arbeitet eigenständig in Produktionsumgebungen, in denen Mensch und Roboter an denselben Aufgaben arbeiten.

› www.zund.com

ESKO VERÖFFENTLICHT SUITE 14.1

MEHR KOMFORT MIT SAAS-OPTIONEN UND GRÖßERE FLEXIBILITÄT

Esko gibt die Markteinführung von Release 14.1 seiner Software-Suite mit umfassender Aktualisierung des kompletten Lösungspakets bekannt. Neben einer Reihe von Funktionsaktualisierungen für die einzelnen Anwendungen bietet die Software Suite 14.1 von Esko jetzt auch Optionen für Software-as-a-Service (SaaS) sowie Abonnementlizenzen an, die dem Anwender eine grö-



ßere Flexibilität und Skalierbarkeit sowie niedrigere Gesamteinsatzkosten ermöglicht.

Zusätzlich zur breiteren Verfügbarkeit von SaaS und Abonnementlizenzen beinhaltet Suite 14.1 eine Reihe von allgemeinen Verbesserungen. Diese wurden entwickelt, um den Bedienkomfort zu erhöhen, Implementierungen zu beschleunigen, den Support zu optimieren und ein noch besseres Kundenerlebnis zu gewährleisten.

Erweiterungen in WebCenter: Ein neuer 2D- und 3D-Viewer auf Grundlage des aktuellen HTML5-Webstandards beschleunigt die Anzeige von Verpackungs- und Display-Entwürfen wesentlich. Er verbessert auch das Kundenerlebnis mit WebCenter

auf Mobilgeräten, Tablets und Smartphones, die in zunehmendem Maße für viele Markeninhaber und Dienstleister zur Plattform der Wahl werden. WebCenter verbindet sich nicht nur mit Automation Engine, sondern nun auch nahtlos mit weiteren Instanzen von WebCenter und/oder Automation Engine. Das ist eine wichtige Voraussetzung, um in einem globalen Umfeld hochgradig automatisierte und standortübergreifende Workflows entwickeln und überwachen zu können. Dieses attraktive Leistungsmerkmal ermöglicht zentrale Druckvorstufen-Workflows, die sich über mehrere Werke oder zwischen Markeninhabern und deren Druckdienstleistern erstrecken. Damit erhalten die Anwender die Flexibilität, die sie benötigen, um komplexe Workflows weltweit einheitlich ablaufen zu lassen.

Neue Softwarepakete: Die beliebten Editoren von Esko, einschließlich DeskPack, i-cut Suite, Studio und Cape, sind in Suite 14.1 jetzt als umfassende Pakete mit Abonnementlizenzen erhältlich. Die Funktionalität und Preise sind an die Anforderungen der Anwender, vom Einsteiger bis zum fortgeschrittenen Nutzer, angepasst. Diese Abonnementpakete sind über den Esko Store online erhältlich.

› www.esko.com

BEILAGE FIXIERT AUF DER VERPACKUNG

2018 werden die Vorgaben der EU-Fälschungsrichtlinie Realität. Ab diesem Zeitpunkt müssen verschreibungspflichtige Arzneimittel über zwei Sicherheitsmerkmale verfügen. ›Unique Identifier‹ ermöglichen es, die Echtheit des Arzneimittels zu prüfen und ›Tamper Verification Features‹ lassen Manipulationen sofort erkennen. Edelmann hat in Kooperation mit Schreiner MediPharm – einem führenden Hersteller von Spezialetiketten für die Pharmaindustrie – eine Lö-



Edelmann präsentiert in Kooperation mit Schreiner MediPharm die Innovation Booklet-Label, bei der eine Zweitversion der Packungsbeilage auf die Faltschachtel appliziert wird.

sung entwickelt, in deren Fokus die Applikation eines Booklet-Label auf die Faltschachtel steht.

Das auf die Verpackung geklebte mehrseitige Booklet-Label hat den Vorteil, dass alle Informationen zum Produkt und zur Medikation in mehreren Sprachen leicht zugänglich und jederzeit einsehbar sind. Die Originalpackung muss hierfür nicht beschädigt werden. Das Booklet-Label haftet sicher auf der Medikamentenverpackung und ist mit der oberen Folienlage leicht zu öffnen und wieder zu verschließen. Das Booklet-Label ist zusätzlich mit einer Sicherheitskippfarbe zum integrierten Fälschungsschutz ausgestattet.

› www.edelmann.de

DER NEUE LEIBINGER JET3UP

Der deutsche Kennzeichnungsspezialist Paul Leibinger blickt mit seinem neuen Continuous Ink-Jet-Drucker Jet3up selbstbewusst in die Zukunft. Das ›Upgrade‹ des bisherigen Modells Jet3 verfügt über modernste Inkjet-Technologie, viele neue Funktionen und eine noch benutzerfreundliche Oberfläche.



Der neue Leibinger Inkjet-Drucker Jet3up hat für jede Kennzeichnungsanforderung die richtige Lösung parat.

chengestaltung. Der neue Jet3up ist, wie alle anderen Leibinger Kleinschrifttintenstrahldrucker, mit dem automatischen Düsenverschluss Sealtronic ausgestattet, der ein Eintrocknen der Tinte im Druckkopf auch bei langen Stillstandszeiten verhindert. In Kombination mit der Clean Instant Start and Stop Technology ist der Benutzer jederzeit in der Lage, den Drucker innerhalb weniger Sekunden wartungsfrei und ohne Spülzyklen zu starten. Der Jet3up ist aufgrund seiner 800 standardmäßig integrierten Funktionen sowie zahlreicher Modellvariationen jeder Kundenanforderung gewachsen. Mit den Varianten Jet3up PI für pigmentierte Tinten, Jet3up MI für Mikrodrucke und Jet3up Pro mit Industriestandard IP65 für nasse und staubige Produktionsumgebungen ist für jede Branche und Anwendung schnell das passende Inkjet-Drucker Modell gefunden.

› www.leibinger-group.com

›SCHWERE‹ HERAUSFORDERUNG

Eine knifflige Herausforderung stellte die Präsentation einer neuen, hochwertigen Fliese von Villeroy & Boch dar: Die durch ihre Natursteinoptik und ihre Flächenwirkung bestechende Fliese misst 60 x 60 cm und wiegt fast neun Kilogramm. Um diese luxuriöse Fliese angemessen zu präsentieren, wandte sich die Firma illeroy & Boch an Achilles. Gemeinsam galt es, eine Lösung zu erarbeiten, mit der der Außendienst Kunden besuchen und die auch per



Post verschickt werden konnte – bei diesem Format und dem Eigengewicht der Fliese im Wortsinn keine leichte Aufgabe. Das Ergebnis war eine Mappe mit einer speziellen magnetischen Verschluss- und Griffmechanik, die sie geschlossen hält und ein unabsichtliches Aufklappen verhindert. Neben der großen Fliese fanden noch vier kleinere mit verschiedenen Farbvarianten sowie ein großes Farbfoto eines Anwendungsbeispiels Platz. Die Mappe selbst besteht aus einem 3-mm Kartonkörper, der mit einem im Offsetverfahren bedruckten und der kratzfesten Achilles Spezial-Matt Folie kaschierten Bogen bezogen wurde. Ein besonderes Highlight bilden zwei schmale Gurte mit Druckknöpfen an der Seite, mit denen die Mappe als Display aufgestellt werden kann.

› www.achilles.de

HAST DU PROFIL BIST DU READY



Für die sichere Druckproduktion

Produktionssicherheit und mehr Effizienz durch den ISO-Standard PDF/X.

PDFX-ready hat sich als Verein zum Ziel gesetzt, eine sichere Druckproduktion zu gewährleisten. Bei PDFX-ready sind die führenden Köpfe dabei. Werde Mitglied und lehne dich mit den richtigen Profilen und Settings entspannt zurück.

Jubiläums-Event

10 Jahre PDFX-ready

19. November ab 17 Uhr in Zürich mit Rückblick und Ausblick auf den RGB-Workflow mit den neusten PDFX-ready-Spezifikationen.

Weitere Infos und Anmeldung unter

www.pdfx-ready.ch

PDFX-ready



50 Jahre Aggregatbauweise aus Radebeul

Noch vor rund 50 Jahren wurden die meisten Farbdru­cke in mehreren Durchgängen hergestellt. Zum einen standen überwie­gend nur Ein- oder Zweifarben­maschinen zur Verfügung, zum anderen erforderten die Drucke technologisch bedingt bis zu zwölf Farben.

Text und Bilder: KBA

Die ›kurze‹ Farbskala (BCMY) im Offsetdruck ermöglichte zwar eine rationellere Produktion auf Vierfarben­maschinen, diese waren aber eine Kombination aus zwei Zweifarben­Maschinen in Tandembauweise nach dem 5-Zylinder-Prinzip. Daraus ergaben sich drucktechnische Unzulänglichkeiten, da je zwei Druckwerke einen gemeinsamen Gegen­druckzylinder benutzten. Dies bedeutete für die Druckmaschinenher­steller gerade bei großformatigen Maschinen enormen Aufwand.

Bei den Konstrukteuren der Planeta-Druckmaschinenwerke (seit 2001 als KBA-Werk Radebeul ein Teil der KBA-Gruppe) reifte deshalb schon Anfang der 1960er-Jahre der Gedanke, eine Maschine ohne diese Nachteile zu bauen. Mit der Planeta Variant P4 (3b-Format) begann auf der Leipziger Frühjahrsmesse 1965 der Übergang von der Tandem- zur heute dominierenden Aggregatbauweise für Bogenoffsetmaschinen. Zwei

Jahre später wurde diese zukunftsorientierte Bauweise auch für die Großformatanlagen aus Radebeul übernommen.

Bei der Aggregatbauweise handelte es sich um ein vollkommen neues Maschinenkonzept nach dem 3-Zylinder-Prinzip. Erstmals waren die Bauteile und die drucktechnischen Eigenschaften in jedem Druckwerk identisch.

Neue Möglichkeiten

Den Druckern eröffneten sich durch die neue Technik mit doppeltgroßen Zylindersystemen völlig neue Möglichkeiten hinsichtlich Druckqualität und Bedruckstoff-Flexibilität. Gerade für Kartonagendrucker brachte der schlanke Bogenlauf deutliche Vorteile. Entsprechend früh kamen die Variants und Varimats aus Radebeul in vielen Verpackungsbetrieben weltweit zum Einsatz. Damit wurde der Grundstein für die Stellung der

sächsischen Druckmaschinenbauer im Faltschachteldruck gelegt, die auch für die modernen Hochleistungs-Rapidas von heute gilt. KBA Rapida-Anlagen sind erste Wahl beim Druck schwerer Kartonagen, beim Bedrucken von Bierfilzen oder Wellpappe. Darüber hinaus kommen die großformatigen Rapida-Druckwerke auch bei Blechdruckmaschinen zum Einsatz. Die Aggregatbauweise bewährt sich bei KBA bis ins Super-Großformat 150 x 205 cm mit der im Jahr 2004 vorgestellten Rapida 205 als weltgrößte Bogenoffsetmaschine.

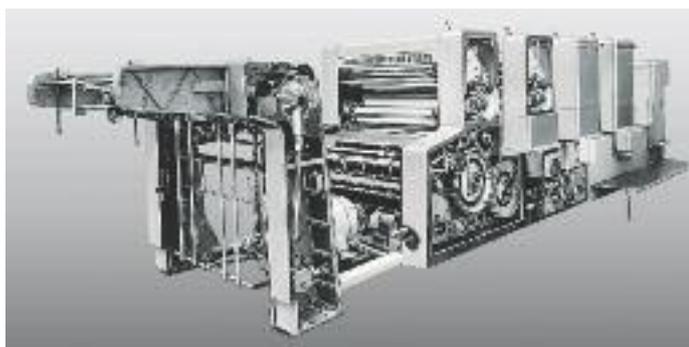
Die Grundideen gelten bis heute

Die Aggregat-Reihenbauweise war auch die Voraussetzung für die flexible Integration von Lack-, Trocken- und Veredelungswerken in immer länger werdende Maschinen. Eine Rapida 106 in der Schweiz mit 19 Druck- und Veredelungswerken hält

auch hier den Weltrekord. Natürlich wurden die Basiserfindungen in den letzten 50 Jahren immer wieder überarbeitet. Die heute üblichen Fortdruckleistungen von bis zu 20.000 Bogen/h und die weitgehende Automatisierung der Druck- und Rüstprozesse waren in den 1960er-Jahren noch undenkbar. So war die Planeta Variant P4 für 10.000 Bogen/h konzipiert und im Dauerbetrieb für 8.000 Bogen/h zugelassen, also nicht einmal halb so schnell wie die Rapida 106.

Alle führenden Druckmaschinenhersteller setzen heute die Aggregatbauweise mit den üblichen Modifikationen in ihren Bogenoffsetmaschinen ein. Dabei wird zuweilen vergessen, dass pfiffige Konstrukteure aus Sachsen die Grundidee hatten und es Jahrzehnte dauerte, bis andere diese übernahmen.

› www.kba.com



1965, vor 50 Jahren brachte Planeta die heute im Bogenoffset-Maschinenbau dominierende Aggregatbauweise mit doppelt großen Druckzylindern und Übergabesystemen auf den Markt.



Schema einer Sechsfarbenmaschine mit Lackturm in der damals revolutionären Aggregatbauweise.



Lange Bogenoffsetmaschinen wie diese 19-Werke-Rapida 106 in der Schweiz sind nur in Aggregatbauweise möglich.

SCHLAUMACHER DIGITALDRUCK



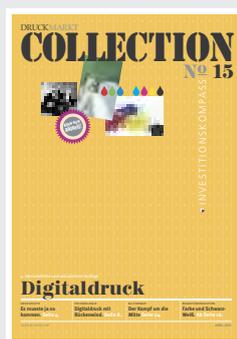
Mit dem Digitaldruck beschäftigt sich die Branche seit nunmehr gut 20 Jahren. Dabei sorgen ständig neue Techniken immer wieder für Diskussionen darüber, wo und wie Digitaldruck im professionellen Umfeld am sinnvollsten und vor allem wirtschaftlich einsetzbar ist. Die Unzahl an Systemen, Verfahrenstechniken mit Tonern, Tinten und unterschiedlich einsetzbaren Bedruckstoffen macht einen einfachen Überblick allerdings nicht gerade einfach.

Natürlich können Sie Kollegen fragen, sich durch Berge von Papier wühlen und durch Suchmaschinen kämpfen, um irgendwann den Überblick zu verlieren. Aber warum?

Diese Arbeit haben wir schon für Sie erledigt! Die ›Druckmarkt COLLECTION‹ 15 greift praktische und theoretische Aspekte auf, stellt über 200 aktuelle Drucksysteme in Marktübersichten zusammen, beschreibt und kommentiert sie. Daneben gibt es ein Glossar mit den wichtigsten Begriffen und ein Anbieterverzeichnis für die Ansprechpartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Übersichten (derzeit aktueller Stand 31. März 2015) werden übrigens permanent aktualisiert.

Und wenn Sie kein Exemplar der Erstauflage mehr erhalten – kein Problem. Schließlich gibt es ja auch noch den Digitaldruck!



›Investitionskompass‹ **Digitaldruck**

52 Seiten DIN A4, davon über 12 Seiten Marktübersichten sowie Tabellen, Checklisten, Artikel, Glossar und Anbieterverzeichnis.

Zu bestellen im Internet für
16,50 € / 16.50 CHF.

Etiketten als funktionale Dekoration

Längst sind sie mehr als nur Dekoration. Etiketten übernehmen immer mehr Funktionen: Neben dem Marketing-Aspekt, den ein Label für eine Marke hat, werden die flexiblen Aufkleber auch für den Fälschungsschutz eingesetzt. Die Entwicklung der Drucktechnik, neue Farben und Substrate ermöglichen zudem, völlig neue Funktionen in moderne Etiketten zu integrieren.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Ursprünglich einmal war das Etikett ein Zettel mit Hinweisen zur Einhaltung des spanischen Hofzeremoniells, das die Feierlichkeiten regelte. Mit Etikette (französisch: étiquette) wurden im engeren Wortsinn angeheftete Zettel bezeichnet. Entsprechend den am französischen Königshof verwendeten Aufschreibzetteln, auf denen die Rangfolge der am Hofe zugelassenen Personen notiert war, bezeichnet Etikette auch heute das Zeremoniell an sich, das diplomatische Protokoll oder auch die Umgangsformen.

Es gibt noch eine Unzahl Anekdoten, wo Etiketten erstmals zum Einsatz kamen, welche Funktion sie hatten und wie sie hergestellt wurden. Das Etikett, wie wir es heute aus unserer Branche kennen, ist jedenfalls ein Zettel oder Hinweisschild an oder auf der Verpackung eines Produkts oder auf dem Produkt selbst.

400 Jahre oder älter

Neben dekorativen Aufgaben muss ein Etikett Angaben über den Inhalt, den Preis, die Adresse des Herstellers, je nach Produkt ein Mindesthaltbarkeitsdatum, Transport- und Gefahrenhinweise oder Gebrauchsanleitungen beinhalten. Und zu diesen Standard-Funktionen gesellen sich immer mehr (auch intelligente) Aufgaben.

Davon waren die ersten Etiketten im heutigen drucktechnischen Sinn vor mehr als 400 Jahren noch weit entfernt. Damals wurden sie mit Buch-

druckmaschinen via Klischee (Holz oder Metall) auf handgeschöpftem Büttenpapier produziert.

Es sollte Jahrhunderte dauern, bis sich daran etwas änderte. Zwar veränderten sich die Druckmaschinen, die Papierherstellung und die Qualitäten, doch es waren andere Erfindungen, die den Markt für Etiketten veränderten. Es war die Massenproduktion von standardisierten Glasflaschen und Abfüllanlagen, es waren die aufkommenden Konserven oder die Zunahme pharmazeutischer Produkte. Mit der Massenerzeugung einhergehend wurden neue Etiketten für Schachteln notwendig, Zigarrenkisten und -banderolen und Streichholzschachteln.

Die ersten Selbstklebeetiketten

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts folgten dann erste Schmalbahndruckmaschinen für gummierte Bänder. Für die Schmalbahndrucker kamen die wichtigsten Innovationen von Stan Avery, der es ermöglichte, selbstklebendes Material mit einer rückseitigen Trägerschicht zu versehen und auf der Druckmaschine in Form zu stanzen. Erst das Stanzen des Materials auf einem Trägermaterial erlaubte es, die Klebeetiketten auf Rollen zu produzieren. Dann dauerte es nicht mehr lange, bis Maschinenhersteller, wie Gallus, Nilpeter oder Mark Andy die ersten speziellen Buchdruck- und Flexodruckmaschinen für Rollenetiketten auf den Markt brachten.



Waren frühere Etiketten eine Kombination aus Zierde und Information, können heutige Etiketten Aufschluss über den Zustand der Ware geben. Abhängig von Zeit und Temperatur verfärbt sich das Etikett von Blau nach Weiß. Je höher die Lagertemperatur, desto schneller verblasst das blaue Feld. Die Verfärbungszeit wird produktspezifisch eingestellt.



Später kamen dann der Schmalbahn-Siebdruck, der Heißfoliendruck und die Kombinationsdruckmaschinen, UV-härtende Tinten und die moderneren Druckplatten-Technologien. Ende der 1970er Jahre hatten Selbstklebeetiketten bereits einen Anteil von 7% am europäischen Etikettenmarkt, wobei alle Druckverfahren zum Einsatz kamen.

Heute machen Selbstklebeetiketten etwa 40% des Verbrauchs aus. Zahlreiche Innovationen bei Technologien und Druckmaschinen haben in den vergangenen 30 Jahren dazu geführt, dass Etiketten auf breiteren Bahnen samt Bahnprüfung, Registerkontrolle und Farbverwaltung gedruckt werden können.

Man mag es heute kaum glauben, aber erst 1978 wurden die ersten Barcodes für Supermärkte gedruckt. Heute sind Barcodes ein wichtiger Bestandteil von Etiketten im Einzelhandel.

Etwa zur gleichen Zeit wurden neue Folienmaterialien aus Polypropylen und Polystyrol und später dann aus Polyethylen für anspruchsvollere Etikettenanwendungen eingeführt.

Wichtige Veränderungen

Um den sich ändernden Anforderungen an den Etikettendruck gerecht zu werden, hat sich in den vergangenen 30 Jahren die jeweils vorherrschende Drucktechnologie vielfach anpassen müssen:

In den 1980er Jahren beherrschten noch Rotationsbuchdruckmaschinen den Etikettendruck. Dann kam das Flexodruckverfahren auf und Anfang des 21. Jahrhunderts stand der UV-Flexodruck als dominierende Technologie im Mittelpunkt. Seit Mitte der 2000er Jahre hat sich dann der Digitaldruck relativ entwickelt – zu Beginn mit elektrofotografischer Flüssigkeit und Trockentoner, seit Kurzem mit neuen Generationen

von UV- und wasserbasierten Tinten. Heute werden erhebliche Entwicklungsanstrengungen unternommen, um via Inkjet direkt auf Glas- oder Kunststoffflaschen und eine Vielzahl von Konservendosen und -größen zu drucken.

Alles in allem besteht die größte Herausforderung, vor der Etikettendrucker stehen, heute zu entscheiden, in welche neue Druckmaschine sie in diesem, im nächsten oder übernächsten Jahr investieren sollen. Wird es eine konventionelle UV-Flexodruckmaschine oder doch eine Offset- oder Kombinationsdruckmaschine? Manche Verarbeiter überlegen vielleicht noch, ob sie auf die digitale Technologie umsteigen. Wenn ja, werden sie in Toner oder Inkjet investieren?

Früher war die Investitionsentscheidung möglicherweise nicht so kompliziert. Heute sind selbst bei der konventionellen analogen Druckmaschinentechnologie weitaus mehr

Faktoren zu berücksichtigen. Die Umweltbilanz und der Energieverbrauch der Druckmaschinen sind wichtigen Kriterien. Oder der Farb- raum und die Anzahl der Farben oder Farbwerke der Maschine.

Welche wertschöpfenden Finishing-Optionen werden angeboten? Welche Prüf- und Steuertechnologie erfordert die Druckmaschine? Welche Ausgabegeschwindigkeit benötigen die zu produzierenden Aufträge? Wie lange braucht die Druckmaschine für die Umrüstung zwischen verschiedenen Aufträgen? Sollen neben Etiketten auch andere Produkte wie flexible Verpackungen, Tuben, Beutel oder Faltschachteln produziert werden? All diese Faktoren beeinflussen die Entscheidung für oder gegen eine Druckmaschine.

Bei Investitionen in den Digitaldruck gilt es neben den Fragen der Druckmaschinenwahl weitere Faktoren zu beachten, da der Digitaldruck auch die Arbeitsweise verändert.

In gemischten Produktionsumgebungen geht es darum, die Entscheidung für oder gegen das eine oder andere Druckverfahren so spät wie möglich treffen zu können. Hierbei spielen intelligente Workflows eine zunehmende Rolle.

Dann stehen Fragen nach der Auflösung im Raum oder nach Deckweiß etc. Wie wichtig ist die Geschwindigkeit bei häufigen Auftragswechseln? Will man Inline oder Offline verarbeiten? Beim Inline-Verfahren kann jeder Auftragswechsel das Anhalten der kompletten Linie bedeuten, was auch die Laufzeit der Druckmaschine unnötig verringert. Offline-Finishing bedeutet, dass eine Finishing-Linie unter Umständen den Output mehrerer Digitaldruckmaschinen bewältigen kann, sodass die Produktionszeit maximal genutzt werden kann.

Eine weitere Überlegung ist die Anschaffung eines Laserschneidesystems, das quasi ohne Werkzeug und

Rüstzeiten auskommt. Mit relativ hohen Anschaffungskosten verbunden, kann eine solche Investition von erheblichem Nutzen sein, wenn jeden Tag mehrere kleinauftragige Aufträge produziert werden müssen.

Weiterentwicklungen an der Tagesordnung

Aus heutiger Sicht wird deutlich, dass sich in den vergangenen 50 Jahren mehr Veränderungen in der Technologie (auch der Drucktechnik) eingestellt haben, als in all den Jahrhunderten zuvor. Und die Etikettendruck- und Verarbeitungstechnologie entwickelt sich jeden Tag weiter. Das wird wohl auch auf der anstehenden Labelexpo in Brüssel wieder deutlich werden (siehe auch die nächsten Seiten).

Quellen: Finat 2013, Mike Fairley; Interpack; Druckmarkt-Archiv. ■

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

Seit mehr als 30 Jahren schätzen Kunden weltweit unsere Qualität auf höchstem Niveau.



Grafische Systeme

Wir entwickeln und fertigen Systeme und Anlagen für die Grafische Industrie. Im Besonderen für den Bereich Pre-Press des Offsetdruckes. Einzelsysteme bis zu vollautomatisierten Prozesslinien.



Lasersintern

Auch für unsere grafische Industrie. Wir konstruieren und fertigen lasergesinterte Kunststoffteile als Serienteil oder als Prototyp vollständig werkzeuglos.



3D-Laserscan

Auch für unsere grafische Industrie. Wir digitalisieren und dokumentieren Gebäude und Anlagen in den Bereichen Anlagenbau und Reverse Engineering.

PREMIERE AUF DER LABELLEXP

Mit der Labellexp, der weltweit größten Messe für die Etiketten- und Verpackungsindustrie in Brüssel (29. September bis 2. Oktober) hat OKI den optimalen Rahmen für die Premiere seiner neuen Produktinnovation gewählt: ein Spezialdrucker der Extra-Klasse sowohl für industrielle Endkunden, kleine und große Druckereien als auch für Druckdienstleister.

»Dieses innovative OKI Drucksystem ist ein echter Durchbruch in der Drucktechnik«, erläutert Tetsuya Kuri, Vice President Marketing, OKI Europe. »Aufgrund seines flexiblen Designs eignet sich unser jüngstes Produkt für eine Vielzahl an Einsatzbereichen in den verschiedenen Branchen. Wir sind schon sehr gespannt auf die Reaktionen der Besucher, unserer potenziellen Kunden sowie der Reseller und Media-Partner.«

Die neue Maschine, die auf dem Stand von OKI Europe gezeigt wird, vereint konkurrenzlose Medienflexibilität mit bester LED-Farbtechnologie in CMYK+1 und ermöglicht ihren Anwendern ein neues Level an Kreativität und Flexibilität. Geeignet ist das neue Drucksystem für viele Anwendungsbereiche im professionellen Druck.

»Mit seinen internationalen Fachbesuchern stellt die Labellexp Europe die ideale Plattform dar, um dieses beeindruckende neue System und sein vielseitiges Einsatzspektrum optimal zu präsentieren«, ergänzt Kuri.

› www.oki.de

CHEETAH-TECHNOLOGIE AUF DER LABELLEXP

Zeikon hat die weltweite Verfügbarkeit seiner wegweisenden digitalen Etikettendruckmaschine XEIKON CX3 bekanntgegeben, die auf der Cheetah-Digitaldrucktechnologie des Unternehmens basiert. Für die Druckmaschine werden mit dem Start der Labellexp Europe 2015 Bestellungen entgegengenommen. Die Cheetah-Technologie von Zeikon ist an fünf Pilotstandorten weltweit in Betrieb und hat dort ihre Leistungsfähigkeit bereits unter Beweis gestellt.



Auf der Messe wird Zeikon die neu entwickelte Druckmaschine CX3 erstmals der Öffentlichkeit vorstellen und diese schnellste digitale Fünf-Farb-Etikettendruckmaschine ihrer Klasse vorführen.

Wim Maes, CEO von Zeikon: »Wir freuen uns, den digitalen Etikettendruckereien und Verarbeitern auf der ganzen Welt die Zeikon CX3 bereits mit dem ersten Tag der Messe zur Verfügung stellen zu können. Die Rückmeldungen, die wir von den Pilotstandorten der Zeikon Cheetah erhalten haben, waren äußerst positiv. Wir sind uns sicher, dass viel mehr Kunden auf der ganzen Welt die gleichen, sehr guten Ergebnisse erzielen werden.«

› www.zeikon.com

SCHÖNHEIT GEPAART MIT ZWECKMÄSSIGKEIT

Mimaki wird vom 29. September bis 2. Oktober 2015 an der Labellexp Europe 2015 in Brüssel teilnehmen. An seinem Stand wird das Unternehmen neue Produkte für den Etikettenmarkt präsentieren, die mit Mimakis Drucklösungen produziert werden. Im Mittelpunkt stehen Etiketten bedruckt mit



der neuen, silberfarbenen Eco-Solvent-Tinte. Weitere Höhepunkte sind flexible und starre Etiketten für Sicherheitsanwendungen, wie Notausgänge und Sammelplatzschilder, die mit dem Drucksystem UJF-6042 produziert werden.

Auf der Messe wird Mimaki unter anderem auch die Großformatdrucker-Serie CJV150 zeigen. Diese Modellreihe ist in vier unterschiedlichen Druckbreiten und mit integrierter Schneideinheit für Druckgeschwindigkeiten bis 56 m²/h sowie mit automatischem Umschalten zwischen Drucken und Schneiden erhältlich.

Gezeigt wird außerdem der UV-LED-Flachbettendrucker UJF-6042 für das A2-Format: Dieser energiesparende Drucker zeichnet sich durch eine hohe Druckqualität von 1.800 x 1.800 dpi und LED-UV-Trocknung aus. Er bietet mehrere Tintenoptionen, darunter Weiß, Klarlack und Inkjet-Haftvermittler zum Drucken auf einem breiteren Spektrum von Substraten.

› www.mimakieurope.com

NEUE HÖNLE TROCKNUNGSSYSTEME

Auf der Labellexp 2015 präsentiert der UV-Spezialist Hönle Trocknungslösungen für Flexo- und Digitaldruckverfahren im Verpackungs- und Etikettendruck.

Brandneu ist die LED powerline flexo, ein UV-LED-Aushärtungssystem für die Trocknung hochreaktiver Farben, das speziell für den Flexodruck entwickelt wurde. Das kompakte LED-Modul ist nur 9 cm hoch und 10 cm breit. Die Länge ist abhängig von der jeweiligen Anwendung. Neu bei Hönle ist auch das jetCure LED. Das hochintensive Aushärtungsgerät vereint die Vorzüge eines ausgereiften Trocknungskonzepts mit den bekannten Vorteilen der LED-Technologie.



Hönle jetCure LED.

Auch das jetCure LED wurde speziell für den Inkjet-Druck entwickelt. In verschiedenen Bestrahlungsbreiten, -längen und Wellenlängen erhältlich lässt es sich optimal auf die jeweilige Anwendung anpassen.

Der jüngste Zuwachs in der Produktfamilie ist das jetCure IR. Die typische, kompakte Bauweise der Geräteserie erlaubt eine einfache Integration in die Druckmaschine, aber auch einen unkomplizierten Strahlerwechsel. So können durch den Austausch des IR-Strahlers schnell und einfach unterschiedliche Wellenlängen erzeugt werden.

› www.hoenle.de

TRUEPRESS JET L350UV MIT NEUEN FUNKTIONEN

Auf der Labellexp wird Screen Europe das neueste Modell seiner Inkjet-Etikettendruckmaschine Truepress Jet L350UV mit neuen, innovativen Funktionen präsentieren, die sich in erstklassiger Qualität, Produktivität und Flexibilität niederschlagen. Seit ihrer Markteinführung vor erst zwei Jahren



wurde die innovative Truepress Jet L350UV enorm weiterentwickelt. In Brüssel werden die Messebesucher erstmals das neueste Modell mit dem neuen, durch brillante Farben erweiterten Farbraum, einer Software für die JDF-basierte Auftragskontrolle und Inline/Offline-Weiterverarbeitung sehen.

Die äußerst produktive Truepress Jet L350UV arbeitet mit den UV-härtenden HD-Tinten (CMYK + Weiß) von Screen und bietet eine fotorealistische Druckqualität bei einer Druckgeschwindigkeit von 50 m/Min. (16 m²/Min.) auf Bahnbreiten von bis zu 350 mm. Die Druckmaschine verfügt über piezoelektrische Graustufen-Druckköpfe für einen Druckdurchgang mit einer Tröpfchengröße von mindestens 3 Picolitern. In Verbindung mit der sehr kleinen Tröpfchengröße sorgt die Druckauflösung von 600 x 600 dpi für gestochen scharfe Bilder und Text.

› www.screeneurope.com

GUT IN UV, BESSER IN INERTISIERUNG

PrintConcept UV, ein Mitglied der Hönle Gruppe, ist ein Spezialist für UV-Trocknungssysteme für den Rollenoffset- und Flexo-Druck und zeigt auf der Labelexpo die neueste Generation in Sachen Stickstoff-Inertisierung. Die Systeme können perfekt an jede Rollen-Anwendung angepasst werden. Auch der



UV-System mit acht UV-Lampen und Stickstoff-Inertisierung auf einer Flexo-Druckmaschine.

nachträgliche Einbau einer Inertisierung in bestehende UV-Systeme ist möglich. PrintConcept UV hat weltweit mehr als 600 Druckmaschinen mit Hightech UV-Systemen ausgestattet. Ihr kompaktes Design, ihre hohe Leistung und ihre Vielseitigkeit machen diese Systeme einzigartig. Sie können in Längen bis zu 2.600 mm geliefert werden. Durch ihre patentierte Kassetten-Technologie garantieren die UV-Lampenmodule maximale Prozesssicherheit und den einfachen Zugang zu den Reflektoren und Lampen. PrintConcept UV sind Experten für Rollen Anwendungen mit Stickstoff-Inertisierung. Die jüngste Generation der Low Migration Inert-Systemen zeichnet sich durch eine flache Inert-Kammer und eine präzise Messtechnik aus. Durch diese Eigenschaften wird der Gehalt an Fotoinitiatoren minimiert und die Migration entscheidend reduziert.

› www.printconcept-uv.de

COMPETENCE3 AUF DER LABELLEXP SORTENREINE PRODUKTION VON VERSCHIEDENEN LABELS

Die Labelexpo ist das diesjährige europäische Highlight der Etiketten- und Verpackungsindustrie. Die Messe findet vom 29. September bis zum 2. Oktober in Brüssel statt. Bograma, Herzog+Heymann und MBO werden erst-

seits der Produktionsüberwachung, andererseits der Nachverfolgung der Produkte. Im Anschluss an den Stanz- und Ausbrech-Vorgang werden die Produkte sortenrein und stückgenau gestapelt und mit einer neu-



Der Roboter greift die fünf unterschiedlichen Etikettenstapel.



Die Etiketten werden sortenrein in Schachteln verpackt.

malig mit einem gemeinsamen Stand vertreten sein. Unter dem Motto Competence3 bündeln die drei Unternehmen ihr Know-how und präsentieren drei wegweisende Produktionslinien. Eins der drei Messe-Exponate ist eine Label-Linie. Gedruckte Bogen werden mit der Rotativen Stanzmaschine BSR 550 Servo gestanzt. Mit Hilfe des ›Dynamischen Lineals‹ (automatische Registerkorrektur) wird dabei jeder Bogen seitlich ausgerichtet. Dies gewährleistet eine durchgängige Schnittgenauigkeit von +/-0,1 mm, auch bei digital gedruckten Bogen. Die integrierte Barcode-Überwachung dient einer-

en, raffinierten Roboterlösung in Boxen verpackt. Außer Etiketten können auf dieser Linie auch Spielkarten oder vergleichbare Produkte hergestellt werden. Neben der Label-Linie präsentieren die Partner Bograma, Herzog+Heymann und MBO zwei weitere Linien. Auf einer Anlage werden formgestanzte Etiketten-Booklets hergestellt. Auf einer weiteren Anlage werden Faltschachteln produziert und zeitgleich mit einem Insert versehen.

› www.bograma.ch
› www.herzog-heyman.com
› www.mbo-folder.com

ONLINE-EDITOR CHILI PUBLISHER

Chili Publish wird auf der Labelexpo Europe 2015 seinen Online-Editor Chili Publisher vorstellen. Am Stand wird das Unternehmen vorführen, wie leicht man seine Technologie in jeden Etiketten- und Verpackungsworkflow integrieren kann. Damit steht Druckereien, Verarbeitern, Markeninhabern und Designern ein leistungsstarkes Werkzeug zur Verfügung, das neue Maßstäbe für den Entwurf und die Produktion von Etiketten und Verpackungen setzt.

Mit seiner zweiten Teilnahme an der Labelexpo Europe unterstreicht Chili Publish seine anhaltenden Bemühungen, sich den steigenden Herausforderungen dieses sich wandelnden Marktes zu stellen. Bram Verniest, Chief Operating Officer von Chili Publish, sagt: »Mit seinen vielfältigen Funktionen versetzt Chili Publisher alle am Prozess Beteiligten in die Lage, diesen Anforderungen gerecht zu werden. Die Software stellt den Designern ein ideales Werkzeug zum Erstellen von aufmerksamkeitsstarken Entwürfen zur Verfügung. Alle anderen erhalten die Tools, die sie benötigen, um mühelos eigene Etiketten zu erstellen und anzupassen sowie die Marken- und Ausgaberrichtlinien einzuhalten. Insbesondere die 3D-Anzeige des Chili Publishers gewährleistet eine realistische Darstellung der optischen Wirkung des Etiketts im Geschäft. Dieses Wissen ist eine wichtige Voraussetzung, um den vom Markeninhaber geforderten Kaufanreiz zu erzielen.«

› www.chili-publish.com

PREMIERE VON SAPP AUF DER LABELLEXP

Auf der Labelexpo Europe wird Sappi Speciality Papers seine silikonbasierten Papiere der Produktreihe Algro Sol präsentieren. Ihr Silikonverbrauch liegt 25% unter dem anderer Standardträgerpapiere auf dem Markt. Die Selbstklebefolien lassen sich mühelos von dem silikonisierten Trägermaterial entfernen und wichtige Kosteneinsparungen realisieren. Die gestiegene Produktionskapazität am Standort in Alfeld kann nun eine langfristige und nachhaltige Lieferung dieser weit verbreiteten Silikonrohre in einem sich sehr dynamisch verändernden Markt sicherstellen. Durch die zusätzlichen Fertigungskapazitäten ist es nun auch möglich, diese Papiere nach Amerika und Asien zu liefern.

Weiterhin wird Sappi seine Etikettenpapiere der Reihe Parade Prima A, G und HP für Nassleimanwendungen präsentieren. Diese einseitig gestrichenen Papiere zeichnen sich durch eine beeindruckende Helligkeit, einen hohen Glanz sowie hervorragende optische Eigenschaften aus und liefern ausgezeichnete Druckergebnisse.

› www.sappi.com

DIRECT PRINT POWERED BY KHS

Martens Brouwerij mit Sitz in Bocholt, Belgien, führt eine neue Biermarke namens ›Dagschotel‹ ein. Bei dieser Markteinführung arbeitet die Brauerei mit der bekannten belgischen Gruppe von TV-Darstellern ›F.C. Kampioenen‹ zusammen, die damit für ihren neuen Spielfilm ›Jubilee Generale‹ werben.



Martens garnierte die Einführung des Dagschotel-Bieres mit einer ordentlichen Portion Spaß durch die Verwendung von hochwertigen, digital bedruckten PET-Flaschen, die mit Hilfe einer speziell entwickelten F.C. Kampioenen-Bier-Anwendung für Smartphones zum Leben erwachen. Werden zwei Flaschen zusammengebracht, so startet die innovative und kreative App einen Dialog zwischen den beiden Charakteren, die Flaschen sprechen sozusagen miteinander.

Die Firmen KHS und NMP Systems waren wichtige Innovationspartner für Martens, einerseits mit der Plasmax FreshSafe-PET Barrierebeschichtung für verbesserte Lagerfähigkeit und dem Schwerpunkt auf Premiumbier, aber insbesondere auch mit Direct Print Powered by KHS. Dieser Direktdruck ist die erste industrielle Umsetzung eines digitalen Druckverfahrens mit migrationsarmen UV-härtenden Tinten, die eine lebensmittelsichere Lösung für PET-Flaschen garantieren.

› www.freshsafepet.khs.com

KODAK AUF DER LABELLEXPLO EUROPE 2015 KUNDEN MEHR WACHSTUM UND HÖHERE RENTABILITÄT ERMÖGLICHEN

Kodak wird sich auf der diesjährigen Labellexpo als leistungsstarker Lösungsanbieter präsentieren. Auf dem Stand wird Kodak eine breite Palette innovativer Lösungen in den Bereichen Flexo-, Buchdruck-, Offset- und Digital-

Kodak wird zudem den Prinergy Workflow 7 und das neue Kodak Insite Prepress Portal 7 live auf dem Labellexpo-Stand demonstrieren. Der Prinergy Workflow ist dafür bekannt, den Automatisierungsgrad bei jeder Auf-



Kodak wird das Flexcel NX Wide 5080 System auf der Labellexpo Europe zeigen.

drucktechnologien zeigen. Zu den Highlights auf dem Kodak Stand zählen Live-Demonstrationen des Kodak Flexcel NX Wide 5080 Systems, des größten und neuesten Produkts im Flexcel NX Systemangebot. Die Labellexpo-Besucher können den NX advantage für unterschiedlichste Anwendungen, von Etiketten und flexiblen Verpackungen bis hin zu Kartonagen aus Wellpappe, entdecken.

Der nach zweijähriger Entwicklungszeit eingeführte NX advantage beinhaltet eine Reihe von Kodak Digicap NX Oberflächenstrukturierungsmustern, die einmal mehr die Druckfarbenübertragung im Flexodruck revolutionieren. Flexcel NX Platten mit den neuen Oberflächenstrukturierungsmustern sind für eine breite Palette von Druckbedingungen verwendbar, so zum Beispiel für den Druck von Deckweiß und Sonderfarben, die Reduzierung des Druckfarbenverbrauchs und die Steigerung der visuellen Wirkung von Verkaufsverpackungen.

gabe des Druckvorstufen- und Produktionsprozesses zu steigern, von der Job-Erstellung über Zusammenarbeit, Dateiverarbeitung, Trapping (Generieren von Über- und Unterfüllungen), Proofern, Erstellung der ausgeschossenen Form beziehungsweise des Bogenlayouts bis hin zum Farbmanagement. Die jüngste Version bietet auch neue Flexorasterfunktionen, die für die spezifischen Fähigkeiten des Flexcel NX Systems optimiert wurden. Das Kodak Insite Prepress Portal kommt zu 100% ohne Java aus und bietet neue HTML5-Systemdiagnose sowie eine neu gestaltete, HTML5-basierende Smart Review-Benutzeroberfläche. Das Insite Prepress Portal ist nahtlos in den Prinergy Workflow integriert und hilft Verpackungsdruckern, durch den einfachen Echtzeit-Zugriff auf in der Produktion befindliche Jobs und die Online-Kooperation mit Kunden Durchlaufzeiten und Kosten zu senken.

› www.kodak.com

DRUCKJOBS SCHNELL WECHSELN

Als Nachfolgemaschine für eine Nilpeter FA-4 hat die Clever Etiketten GmbH Leipzig im Februar 2015 das neueste Modell dieser Baureihe, eine Zehnfarben-Flexodruckmaschine FA-4 Next, in Betrieb genommen. Nilpeter hat seine Produktserie FA-Line in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiter-



Die Zehnfarben-Flexodruckmaschine FA-4 Next von Nilpeter wurde im Februar 2015 bei der Clever Etiketten GmbH in Markranstädt in Betrieb genommen.

entwickelt, sodass die Druckerei in Markranstädt sich Ende 2014 für eine Neuinstallation dieser Maschine mit einer Ausstattung auf technisch aktuellstem Stand entschieden hatte. Bei der Planung der jüngsten Maschineninvestition standen für die Clever-Gruppe zwei Aspekte im Mittelpunkt des Anforderungskataloges: zum einen die eingangs bereits erwähnte Druckqualität und zum zweiten die Möglichkeit zum schnellen Auftragswechsel. Da sich ein Großteil der Auflagen in Markranstädt im Bereich von 20.000 bis 100.000 Laufmetern – und immer öfter auch darunter – bewegt, ist häufiges Rüsten an der Tagesordnung. Hierbei sind Ausstattungsmerkmale wie das Clean-Inking-System, der schnelle Werkzeugwechsel, die Sleeve-Technologie bei den Druckformen sowie der sehr kurze Bahnweg der neu entwickelten Druckwerkskonstruktion von Vorteil.

› www.nilpeter.de

FUJIFILM PRÄSENTIERT FLENEX FW

Während der Fachmesse Labellexpo Europe 2015 wird Fujifilm die Markteinführung seiner wasserauswaschbaren Flexoplatte Flenex FW in Europa starten. Auf seinem Stand wird das Unternehmen den Produzenten von Etiketten aufzeigen, wie sie von der hohen Qualität und den niedrigen Kosten bei Nut-



zung dieser neuen Flexoplatte profitieren können.

Flenex FW ist eine Photopolymerplatte, die auf einer speziellen sauerstoffunempfindlichen Kautschukverbindung basiert, um so die äußeren Auswirkungen auf die Punktform zu minimieren. So können ein verringerter Punktzuwachs und eine optimale Farbübertragung für sauberere und bessere Druckergebnisse garantiert werden. Die Druckplatte bietet dem Etikettendrucker eine höhere Auflagenbeständigkeit, eine gleichbleibende Rasterfeinheit von 200 lpi bei einer Auflösung von 4.400 dpi sowie eine einprozentige Flat-Top-Punktstruktur für hervorragende Qualität. Eine verbesserte Haltbarkeit und ein geringes Quellverhalten sind weitere Vorteile, die die neue Flenex FW Platte auszeichnen.

› www.fujifilm.eu

ASAHI PHOTOPRODUCTS MIT NEUVORSTELLUNGEN

Asahi Photoproducts, ein Hersteller von Flexodruckplatten, wird seine Produkte unter dem Motto »Performance Creates Value« auf der Labelexpo Europe, die vom 29. September bis zum 2. Oktober 2015 in Brüssel stattfindet, präsentieren. Zudem lädt Asahi Photoproducts am 28. September zu einem Tag der offenen Tür ein. Dort werden Asahi und seine wichtigsten Geschäftspartner die Gäste in Vorführungen über die neuesten Flexodruck-Technologien



Asahi Photoproducts wird am Tag der offenen Tür ein Tag vor der Labelexpo in Brüssel das Auswaschgerät AWP 4835 P vorstellen.

informieren und unter der Bezeichnung AWP 4835 P ein neues Auswaschgerät für Flexodruckplatten im Format bis 120 x 90 cm und Plattenstärken von 1,14 mm und 1,70 mm für mittlere Unternehmen vorstellen.

David Galton, Vertriebsdirektor für Asahi Photoproducts. »Das Auswaschgerät AWP 4835 P wurde mit dem Ziel entwickelt, eine nachhaltige Qualitätsausgabe mit kurzen Plattenzugriffszeiten zu gewährleisten und zeichnet sich durch einen sehr geringen Wasserverbrauch aus. Außerdem werden die ausgewaschenen Polymerrückstände gefiltert, sodass eine feste Polymermasse entsteht, die einfach zu recyceln ist.«

› asahi-photoproducts.com

LÖSUNGEN FÜR 3D-VERPACKUNGSMODELLE

Four Pees, ein internationaler Distributor für die Druck- und Publishingindustrie, kündigt seine Teilnahme an der Labelexpo an. Dort präsentiert das Unternehmen gemeinsam mit Global Vision, dem Marktführer innovativer Korrekturlesetechnologien, und Creative Edge Software, dem innovativen Entwickler von 3D-Technologien zum Entwerfen und Designen im Verpackungsmarkt, seine Verpackungslösungen.

IC3D Suite ist ein schnelles Visualisierungswerkzeug, das sich für ein breites Spektrum von Produkttypen eignet – von flexiblen Produkten über Dosen, Flaschen und anderen starren Produkttypen bis hin zur Visualisierung von Faltschachteln. Es ermöglicht eine frühe Visualisierung im Design- oder Ideenfindungsprozess und ist sehr viel schneller als herkömmliche 3D-Designwerkzeuge.

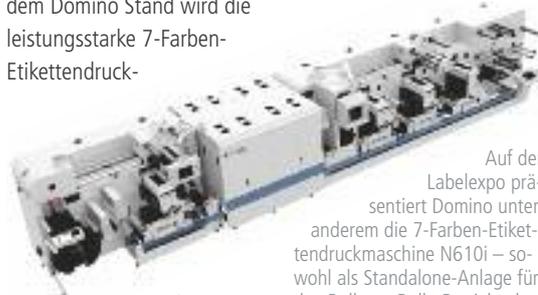
Spezielle Effekte wie Goldfolien oder Prägungen werden perfekt simuliert. Mit dem Material Editor kann das Aussehen aller Produktkomponenten angepasst werden. Da sich viele verschiedene Modelle in einer Umgebung einfach und schnell platzieren lassen, kann das Produkt mit Sekundärverpackung oder als Point-of-Sale-Einheit dargestellt werden.

IC3D Suite verwendet die »Image Based Lighting«-Technologie, die Lichteffekte in Echtzeit genau wiedergibt. Damit eignet sich das Produkt nicht nur für die Visualisierung von Verpackungen während des Design- und Ideenfindungsprozesses, sondern auch für das Entwickeln von nachgebildeten Verpackungsaufnahmen.

› www.fourpees.com

DOMINO ZEIGT NEUE INKJET-LÖSUNGEN

Der Digital Printing-Bereich von Domino wird die Labelexpo als Plattform nutzen, um der Etikettenindustrie seine neuen modularen Inkjet-Lösungen vorzustellen. Auf dem Domino Stand wird die leistungsstarke 7-Farben-Etikettendruck-



maschine

N610i präsentiert – sowohl als Standalone-Anlage für den Rolle-zu-Rolle-Betrieb, als auch als modulare Hybridlösung, integriert in eine ABG Digicon 3 mit Flexodruck-, Lackier- und Stanz-

modulen. Außerdem werden zwei digitale K600i Drucksysteme zu sehen sein, die in ein Bahninspektionssystem von GraphiMecc integriert sind. Diese drucken zum einen variable Daten mit schwarzer Tinte und zum

anderen wird die neue Domino Lösung für die digitale Folienprägung vorgestellt. Bei dieser Lösung trägt der K600i vor der UV-Lampe und der Laminierstation ein UV-härtendes Additiv auf und erzeugt damit das gewünschte Druckbild. Im Gegensatz zu anderen Inkjet-Systemen, bei denen mit Metallpigmenttinte gedruckt und der Folieneffekt erzielt wird, erreicht Domino mit seiner digitalen Kaltfolienprägung durch die Verwendung echter metallischer Folien ein hochwertigeres Finish. Zudem können Sicherheitsmerkmale und dekorative Hologramme in der metallischen Folie verwendet werden.

› domino-deutschland.de

Auf der Labelexpo präsentiert Domino unter anderem die 7-Farben-Etikettendruckmaschine N610i – sowohl als Standalone-Anlage für den Rolle-zu-Rolle-Betrieb, als auch als modulare Hybridlösung, integriert in eine ABG Digicon 3 mit Flexodruck-, Lackier- und Stanzmodulen.

Toscana

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch
www.poggioalsole.com

Graubünden

DIREKT GRAVIERBARE TAMPONDROCKPLATTE

Mit dem nyloprint Programm bietet Flint Group eine umfangreiche Palette an leistungsfähigen Produkten für Buchdruck, Letterset/Trockenoffset, Tampondruck und Sicherheitsdruckanwendungen. Das Portfolio wird nun um die neue, direkt gravierbare Tampondruckplatte nyloprint DLE 30 S erweitert. Diese Platte wurde für die Laserdirektgravur ohne zusätzliche Verarbeitungsschritte, wie Belichten und Auswaschen, konzipiert. Durch die Relieferzeugung in nur



Die direkt gravierbare Tampondruckplatte nyloprint DLE 30 S für exzellente Druckqualität.

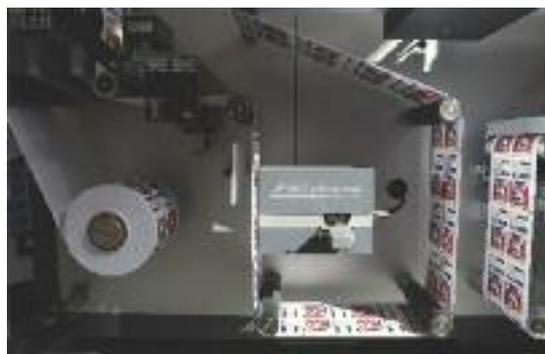
einem Arbeitsgang bringt sie eine erhebliche Prozessvereinfachung und Verbesserung der Prozessstabilität bei der Druckformherstellung im Tampondruck. Zudem besticht sie durch sehr gute Rakeigenschaften und Standzeiten bei einer hervorragenden Farbübertragung. nyloprint DLE 30 S ist für alle gängigen Lasersysteme geeignet: für CO₂-, Faser- und Diodenlasersysteme, aber auch für Standard-Ablations-Lasersysteme für Flexo- und Buchdruckplatten. Die neue Tiefdruckplatte für den hochqualitativen Tampondruck ist besonders gut geeignet für das Bedrucken von Werbe- und Industrieartikeln.

› www.flintgrp.com

BST ELTROMAT AUF DER LABELXPO INNOVATIONEN FÜR DIE ETIKETTEN- UND VERPACKUNGSINDUSTRIE

Als einer der Weltmarktführer für die Qualitätssicherung und Produktionsoptimierung nimmt BST eltromat International GmbH die Labelexpo zum Anlass, ihre aktuellen Neu- und Weiterentwicklungen einer größeren Öffentlichkeit vorzustellen. Mit dem Fokus auf die Bereiche 100% Inspektion, Workflow, Bahnbeobachtung und Farbmessung sowie Bahnlaufregelung präsentiert BST eltromat innovative Produktionslösungen, die zu Verbesserungen der Produktionseffizienz beitragen.

Neben dem bewährten Produktportfolio können die Messebesucher weiterentwickelte Lösungen zur Bahnlaufregelung live kennenlernen, verspricht Ingo Ellerbrock, Produkt-Manager mit Blick auf die Zukunft im La-



Das PowerScope 4000 ist als Bahnüberwachungsgerät ideal zum Beispiel für den Etikettendruck.

beldruck: »Der Trend im Etikettendruck geht zunehmend in Richtung standardisierter, erweiterbarer Kompaktlösungen. Auf der Labelexpo präsentieren wir mit EcoGuide unter anderem unsere kostensparende Einstiegslösung zur Bahnlaufregelung. Des Weiteren kombinieren wir erstmalig einen Wide Array Sensor unserer Tochtergesell-

schaft AccuWeb Inc. USA mit unserem bewährten Regelgerät ekr 500 digital. Diese Wide Array Sensoren verfügen über große Messbereiche, um Veränderungen der Bahnbreite elektronisch zu kompensieren, und machen somit mechanische Verstellungen beziehungsweise manuelle Justagen des Sensors überflüssig.« Neben den Weiterentwicklungen zur Bahnlaufregelung werden in Brüssel unter anderem auch die bewährten BST eltromat-Systeme CompactGuide und SmartGuide, der digitale Sensor CLS Pro 600 und die aktuelle ekr Regelgerätegengeneration präsentiert.

Ein weiterer Messeschwerpunkt von BST eltromat liegt auf dem wirtschaftlichsten Modell für die Video-Bahnüberwachung, dem Power-

Scope 4000. Die Bedienung des vorrangig für den Etikettendruck und andere Schmalbahnanwendungen konzipierten Systems wird nun noch benutzerfreundlicher.

› www.bst-international.com

NEUE MATERIALIEN FÜR WEINETIKETTEN

Mit den neuen strukturierten Papiersorten Hermafelt white brut und Hermapearly sun, die Herma auf der LabelExpo 2015 erstmals vorstellt, hat das speziell für Wein- und Sektetiketten ausgelegte Haftmaterial-Sortiment Hermaexquisite optisch ansprechenden Zuwachs bekommen. Etikettenhersteller erhalten mit Hermafelt white brut ein Material mit einer besonders hohen Opazität und Feuchtigkeitsresistenz sowie einer genarbtten Oberflächenstruktur, während Hermapearly sun eine perlmuttartige, textilähnliche Oberflächenstruktur bietet. Daneben umfasst das Hermaexquisite-Portfolio 23 weitere hochwertige Etiket-



Mit dem optisch hochwertigen Sortiment Hermaexquisite bietet Herma eine Vielzahl von Gestaltungsmöglichkeiten bei exzellenten Hafteigenschaften.

tenmaterialien: strukturierte und feuchtigkeitsbeständige sowie gestrichene Papiere, Alupapiere und weiße oder transparente Folien. Für eine optimale Haftung sorgt in allen Fällen der von Herma entwickelte, bewährte Mehrschicht-Haftkleber 62W. Er gewährleistet selbst bei kühlen oder feuchten Bedingungen – also zum Beispiel im Weinkeller – exzellente Hafteigenschaften und übersteht problemlos auch einen längeren Aufenthalt im Eiskühler. Zudem ist er von der ISEGA für den direkten Kontakt mit Lebensmitteln zertifiziert.

› www.herma.de

ETIKETTENDRUCK-LÖSUNGEN VON EPSON

Epson wird auf der Labelexpo 2015 mit der Vorstellung neuer Etikettendrucklösungen den Erfolg seiner digitalen Etikettendrucker SurePress L-4033 Serie weiterführen. Seit Markteinführung der ersten Maschine vor rund fünf Jahren wurden in Europa über 50 Drucker installiert.



Mit ihren wasserbasierenden Tinten und sechs Farben plus optional Weiß produziert die Epson SurePress kleine bis mittelgroße Auflagen hochwertiger Etiketten auf vielen Materialien.

Die SurePress L-4033A mit sechs Farben sowie die SurePress L-4033AW mit zusätzlicher Weißtinte sind die einzigen Etikettendruckmaschinen mit wasserbasierenden Tinten und benötigen somit keine aufwändige Entsorgung von Druckresten. Die SurePress L-Serie eignet sich sehr gut für die Produktion qualitativ hochwertiger Etiketten in kleineren Auflagen. Diese Druckmaschinen liefern eine hohe Druckqualität auf verschiedensten Medien für Etiketten, darunter transparente Folien und metallische Substrate.

Die SurePress L-4033AW wird zusammen mit dem gesamten Epson-Programm für den Etikettendruck auf der Labelexpo vorgeführt. Somit erleben Besucher des Epson-Standes alles rund um den Etikettendruck: von der mobilen über die Desktop-Lösung bis hin zur digitalen Druckmaschine.

› www.epson.de

ICH

BIN

EIN

SCHUB

FÜR

IHREN

ROI

I am the power of print. Wird bei Werbekampagnen für Konsumgüter ein optimaler Medienmix unter erhöhter Beteiligung von Magazinanzeigen eingesetzt, steigt der Return on Investment von 1,64 auf 1,75. Wenn Sie Ihre Ausgaben für gedruckte Werbung optimieren, können Sie Ihren ROI um 17 Prozent steigern. Lesen Sie mehr auf: www.printpower.eu



 **PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2015			
29. 09. – 01. 10. 2015	Fachpack, Fachmesse für Verpackung	Nürnberg	 www.fachpack.de
29. 09. – 02. 10. 2015	Labelexpo Europe 2015	Brüssel	 www.labelexpo-europe.com
05. 10. – 07. 10. 2015	World Publishing Expo 2015, Messe der Zeitungsindustrie	Hamburg	 www.worldpublishingexpo.com
07. 10. – 10. 10. 2015	21. Druck+Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
28. 10. – 29. 10. 2015	Fogra-Symposium, Verpackungsdruck – die Faltschachtel	München	 www.fogra.org
04. 11. – 06. 11. 2015	viscom, internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Düsseldorf	 www.viscom-messe.com
10. 11. – 12. 11. 2015	InPrint	München	 www.inprintshow.com
11. 11. 2015	f-mp., 6. Media Mundo Kongress	Düsseldorf	 www.mediamundo.biz
12. 11. – 13. 11. 2015	Treffpunkt Technik	Berlin	 www.bvdm-online.de
2016			
08. 03. – 11. 03. 2016	Fespa Digital	Amsterdam	 www.fespa.com
06. 04. – 07. 04. 2016	easyFairs, Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Zürich	 www.easyfairs.com
31. 05. – 10. 06. 2016	drupa 2016	Düsseldorf	 www.drupa.de
29. 06. – 30. 06. 2016	CO-Reach, Dialogmarketing-Messe	Nürnberg	 www.co-reach.de
20. 09. – 25. 09. 2016	photokina	Köln	 www.photokina.de
09. 11. – 11. 11. 2016	InPrint	Mailand	 www.inprintshow.com



COLLIER | VERSCHLUSS: 750ER
 ROSÉGOLD. STEINE: AQUAMARIN,
 AMETHYST, PERIDOT, SPESSARTIN,
 TANSANIT, TURMALIN
 DESIGN BY BARBARA HAUSER

SEEFELDSTRASSE 40
 CH-8008 ZÜRICH
 TEL +41 44 252 21 55
 WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG
 14.15 UHR – 18.30 UHR

DIENSTAG BIS FREITAG
 10.15 UHR – 13.00 UHR
 14.00 UHR – 18.30 UHR

SAMSTAG
 NACH VEREINBARUNG

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

CONCEPT, CREATE UND COLLABORATE

Von Publishing-Profis wird heute mehr verlangt als das Beherrschen der aktuellen DTP-Werkzeuge. Darum spannen die swiss publishing days vom 4. bis 6. November in Bern den Bogen weiter; von der Konzeption und Dramaturgie der Kommunikation über die Kreation mit den Publishing-Tools bis zum Teamwork über die Cloud und Kollaborations-Plattformen.

Den Themen angepasst gibt es verschiedene Formen von Sessions: An jedem Tag am



Vormittag zwei wegweisende Keynotes und die Präsentation von zwei Best-Case. Am Nachmittag parallel zu den 40-Minuten-Sessions jeweils je ein halbtägiges Vertiefungsseminar zu Design Thinking, User Centered Design und Scrum. Daneben Hands-on-Workshops mit den Publishing-Cracks als Kompaktschulungen über 90 Minuten.

› swiss-publishing-days.ch

NACHHALTIGE MEDIENPRODUKTION 6. MEDIA-MUNDO-KONGRESS: NEUE HANDLUNGSFELDER

Nachhaltigkeit ist wichtig – diese Botschaft ist in der Medienbranche angekommen. Aber geht es nur darum, neue Kunden zu gewinnen, sich als Unternehmen neu zu positionieren oder im Rahmen der Gegebenheiten das Richtige zu tun? Mit dem Motto ›mindshift sustainability‹ will Media Mundo die nachhaltige Medienproduktion zum 6. Media Mundo-Kongress auf eine emotionale Ebene heben.

Ein wichtiges Thema des Kongresses ist dabei der Artenschutz. Mit jeder aussterbenden Art verringert sich die Biodiversität auf der Erde. In der Keynote von Dr. Martha Robbins vom Max Planck Institute wird zum Beispiel aufgezeigt, dass wir die Lebensgrundlage des Menschen nur schützen können, wenn wir auch den Tropen- und Regenwald und die darin lebenden Arten schützen. Vertreter wichtiger Interessensgruppen wie etwa dem WWF Deutschland, NABU oder Greenpeace Energy sind ebenfalls vor Ort, um über wichtige Themen aufzuklären und in ihrer Begeisterung anzustecken. Das gilt auch für den Schauspieler, Autoren und Umweltaktivisten Hannes Jaenicke, der gemeinsam mit Judith Adlhoeh einige Umweltskandale aufgedeckt hat. Er berichtet über seine Erfahrungen, die er in dem Bestseller ›Wut allein reicht nicht‹ aufgezeichnet hat. Zum ersten Mal findet im Rahmen des Media Mundo-Kongresses auch eine Charity-Bilderausstellung statt, in der Tieraufnahmen be-

drohter Arten aus dem Mondberge-Projekt (www.mondberge.com) und eine Auswahl von Arktis-Bildern des Fotografen Sebastian Copeland gezeigt werden. Die Bilder können im Rahmen einer Versteigerung auch erworben werden – die Erlöse fließen zu 100% an den Berggorilla & Regenwald Direkthilfe e. V. (www.berggorilla.org/de). Alle Interessierten sind eingeladen, gemeinsam mit dem f.mp., den NGO-Partnern WWF Deutschland, NABU und FSC, der Messe Düsseldorf und weiteren Kongress- und Medienpartnern Nachhaltigkeit zu erleben und ein Stück weit zu genießen – in tollen Bildern, wunderbaren Worten und kleinen Momentaufnahmen. Der Media Mundo-Kongress findet inklusive einer Diskussions- und Expertenrunde am Vorabend (10. November) am 11. November 2015 in Düsseldorf statt.

› www.mediamundo.biz/kongress/kongress2015

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail:
nico@druckmarkt.com

WORLD PUBLISHING EXPO 2015

Die von WAN-Ifra ausgerichtete World Publishing Expo 2015, die vom 5. bis 7. Oktober nach Hamburg zurückkehrt, steht unter dem Motto ›Learn. Lead. Launch.‹ und reflektiert die Bedürfnisse der Nachrichtenmedienbranche in den Zeiten des Wandels.

Die Expo, die weltgrößte Fachausstellung für die Branche der Zeitungen und Nachrichtenmedien, bringt die besten Lösungsanbieter und Dienstleister mit Nachrichtenmedienunternehmen zusammen, die neue Projekte starten und neue Erlösquellen erschließen. Im vorigen Jahr wurde die Expo von fast 7.000 Besuchern aus 100 Ländern besucht.

Die vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-Ifra) organisierte World Publishing Expo zieht von Jahr zu Jahr mehr Fachbesucher und Anbieter aus dem Digitalbereich sowie Innovatoren der Produktionstechnologie an. In diesem Jahr gibt es eine neue Expo App für eine einfache Kommunikation vor, während und nach der Show. Geführte Touren zu spezifischen Themen werden Besucher und Aussteller leicht miteinander in Kontakt bringen. Öffentliche Workshops in Form zweier Media-Port-Themen Bühnen bieten vielfältige Lernerlebnisse und Fallstudien von erfolgreichen Medienunternehmen. Zu den Themen gehören die Monetarisierung des Mobile-Trends, Big Data, Programmatic Advertising, Tintenstrahldruck und vieles mehr. Auch Spezialworkshops zur Farbdruckqualität und ›Wearables‹ stehen auf dem Programm. › worldpublishingexpo.com

QUALITÄT SICHTBAR MACHEN

Leonhard Kurz und Ricoh laden zu einem gemeinsamen Open House am 27. Oktober 2015 in die Kurzzentrale nach Fürth ein. Unter dem diesjährigen Motto ›Qualität sichtbar machen‹ der Ricoh-Veranstaltungsreihe ›Digitaldruck trifft‹ möchten die beiden Unternehmen Möglichkeiten des Digitaldrucks und der digitalen Veredelung vorstellen. Ein Highlight der Veranstaltung wird die Live-Demonstration des Digital-Metal-Verfahrens sein, mit dem Metalleffekte im Digitaldruck ab Auflage 1 realisierbar sind. Hierzu werden im Ricoh-Showtruck Druckbogen digital mit Toner vorgedruckt. Anschließend werden die



Im Ricoh-Showtruck werden Druckbogen digital mit Toner vorgedruckt.

Bogen mit dem DM-Liner, einer von Kurz entwickelten Transfermaschine mit patentierter Technologie, mit Digital-Metal-Folie beschichtet. Daneben wird Kurz aktuelle Beispiele anspruchsvoller Heißprägetechnologie präsentieren. Auch ein Rundgang durch das Fürther Stammhaus, in dem derzeit fast 1.300 Mitarbeiter beschäftigt sind, ist vorgesehen. Fachvorträge zu neuen Wegen im Digitaldruck und in der Klebebindung sowie zu aktuellen Designentwicklungen runden das Programm ab. › www.digitaldrucktrifft.de
› www.kurz.de

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2015	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
24. 09.	VDMB, Schwerpunkt Mobile Design: Edge Animate	Ismaning	› www.vdmb.de
24. 09.	cleverprinting, Webdesign mit Wordpress	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
25. 09.	cleverprinting, Webdesign mit Wordpress	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
28. 09.	VDMB, Praxisgerechte Anwendung von Colormangement – für Fortgeschrittene	Ismaning	› www.vdmb.de
28. 09.	cleverprinting, Colormangement für Grafik, Foto und Prepress	Hamburg	› www.cleverprinting.de
29. 09.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X für Grafik und Prepress	Hamburg	› www.cleverprinting.de
29. 09. – 30. 09.	VDMB, XML-basiertes Crossmedia-Publishing mit InDesign	Ismaning	› www.vdmb.de
29. 09. – 01. 10.	VDMB, Einstieg in das Layouten mit Adobe InDesign	Ismaning	› www.vdmb.de
29. 09. – 01. 10.	VDM NW, Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechnik	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
30. 09.	cleverprinting, Datencheck mit Enfocus PitStop	Hamburg	› www.cleverprinting.de
01. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hamburg	› www.cleverprinting.de
02. 10.	VDMB, Layouts mit Adobe InDesign – Fortgeschritten: Tipps und Tricks	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 10.	cleverprinting, Publishing für digitale Medien	Hamburg	› www.cleverprinting.de
05. 10. – 06. 10.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
05. 10. – 07. 10.	VDMB, Lehrgang Datenprüfer für den Offset- und Digitaldruck	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	A-Wien	› www.cleverprinting.de
06. 10. – 07. 10.	VDMB, Website-Erstellung: Einstieg in Dreamweaver	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 10. – 07. 10.	VDM NW, Erfolgreich(er) Führen	Hamburg	› www.vdmnw.de
06. 10. – 08. 10.	Heidelberger Druckmaschinen, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 Modul 1	Ludwigsburg	› www.heidelberg.com
07. 10. – 08. 10.	cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	A-Wien	› www.cleverprinting.de
07. 10. – 08. 10.	Polar, Kurse für Polar Compucut	Hofheim	› www.polar-mohr.com
08. 10. – 09. 10.	VDMB, Web-Technologien: Einführung in JavaScript	Ismaning	› www.vdmb.de
08. 10. – 10. 10.	VDMB, Geprüfter Digital Publisher – Modul 2	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 10. – 13. 10.	cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	München	› www.cleverprinting.de
12. 10. – 13. 10.	VDMB, Noch erfolgreicher verkaufen! Das Vertriebstaining – Modul 2	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 10. – 14. 10.	VDMB, Adobe Illustrator für Einsteiger	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 10. – 14. 10.	VDMB, Digitaldruck 1	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 10. – 14. 10.	VDMB, Adobe Illustrator für Fortgeschrittene	Ismaning	› www.vdmb.de
13. 10. – 14. 10.	VDMB, Verpackungs- und Etikettenerstellung mit Adobe Illustrator	Ismaning	› www.vdmb.de
13. 10. – 14. 10.	VDM NW, Projektmanagement Grundlagenseminar	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
14. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	München	› www.cleverprinting.de
14. 10. – 16. 10.	VDM NW, Adobe Photoshop – Basiswissen Bildbearbeitung	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
15. 10.	cleverprinting, Publishing für digitale Medien	München	› www.cleverprinting.de
15. 10.	VDMB, 3D-Druck: Einstieg in die dritte Dimension mit Adobe Photoshop	Ismaning	› www.vdmb.de
15. 10.	VDMB, Know-how für Kundenberater – Teil 3	Ismaning	› www.vdmb.de
16. 10.	VDM NW, Technische Grundlagen der Kalkulation	Hamburg	› www.vdmnw.de
16. 10.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	München	› www.cleverprinting.de
19. 10. – 20. 10.	VDMB, Adobe Photoshop für Einsteiger	Ismaning	› www.vdmb.de
19. 10. – 23. 10.	Heidelberger Druckmaschinen, Falzen Basis Modul 1	Ludwigsburg	› www.heidelberg.com
20. 10.	ZLV, Folienprüfungen und Eigenschaften in der Praxis	Kempten	› www.zlv.de
20. 10.	VDMB, Website-Erstellung: Einstieg in Muse	Ismaning	› www.vdmb.de
20. 10. – 21. 10.	VDMB, Sichere Farbsteuerung im Druck	Ismaning	› www.vdmb.de
20. 10. – 21. 10.	VDM NW, Vom Kollegen zum Vorgesetzten – Teams leiten und führen	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
20. 10. – 21. 10.	VDM NW, Basiswissen Kalkulation	Hamburg	› www.vdmnw.de
20. 10. – 22. 10.	VDMB, Einstieg in die Grafikerstellung mit Adobe Illustrator	Ismaning	› www.vdmb.de
20. 10. – 22. 10.	VDM NW, PHP/MySQL – Basiswissen über Skripte und Datenbanken	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
21. 10.	Hönle, Basiswissen UV- und UV-LED-Technologie	Gräfelfing	› www.hoenle.de
21. 10.	VDMB, Adobe Creative Cloud: Neue Features und Zusatzprogramme	Ismaning	› www.vdmb.de

VIEL FRAUENPOWER IM TECHNIK-CAMP BEI KBA

»Eigentlich keine typischen Frauenberufe«, so beschreibt die 13-jährige Julia Herrmann jene Tätigkeiten, die zwölf Schülerinnen im Alter von 12 bis 14 Jahren im »Mädchen für Technik-Camp« bei der Koenig & Bauer AG in Würzburg ausgiebig erkunden konnten. Bereits zum 13. Mal gab KBA in der ers-



Philipp, Auszubildender für Elektrotechnik im 3. Lehrjahr, hilft den Mädchen beim Löten des Elektromotors an die Schalteinheit.

ten Sommerferienwoche jungen Mädchen einen praxisnahen Einblick in die technische Berufswelt im Hightech-Maschinenbau. »Mit der schon langjährigen Beteiligung wollen wir das Berufsspektrum der Mädchen erweitern, ihnen Chancen und Anforderungen von technischen Berufen aufzeigen und sie für diese Berufsfelder begeistern«, so der Leiter der KBA-Werkberufsschule Reinhard Munz. »Und auch dem hartnäckigen Klischee entgegenwirken, dass technische Berufe eher für Jungs geeignet seien.«

Eine Woche hatten die jungen Mädchen Zeit, ihre eigene Miniatur-Druckmaschine anzufertigen. Die Auszubildenden von KBA übernahmen dabei die Leitung und erklärten den Schülerinnen in kleinen Gruppen alles, was sie über Fräsen, Bohren und Löten wissen mussten.

› www.kba.com

GEPRÜFTER MEDIENPRODUKTIONER/F:MP.

Die vielfältigen technologischen Möglichkeiten und sehr unterschiedlichen Herausforderungen der unterschiedlichen Aspekte der Medienproduktion erfordern weitgehende Kompetenzen. Der f:mp. hat aus diesem Grund die modulare Gliederung der Fortbildungsmaßnahme »Geprüfter Medienproduktionsfachmann/fachfrau« eingeführt, die neben den Grundlagen eine Brücke von »Online/Mobile/Digital« über »Druckveredelung« und »Digitaldruck« bis hin zur »Visuellen Kommunikation« schlägt. Nun hat der f:mp. den Print-Kurs diesem modularen Aufbau angepasst und auf die Fokuszinhalte Print konzentriert. »Damit kommt der f:mp. den Anforderungen der Teilnehmer nach, die heute eine fokussierte, effiziente und kompakte Weiterbildung fordern«, erklärt Gennaro Marfucci, Vorstandsmitglied für Aus- und Weiterbildung. »Die Weiterbildung ist mit dieser Umstrukturierung jetzt also ganz konsequent als Modulbaukasten aufgebaut.«



»Geprüfter Medienproduktionsfachmann/fachfrau« – Schwerpunkt Print findet zukünftig lediglich an drei Wochenenden statt. So reduziert sich der Aufwand für die Teilnehmer und gleichzeitig reduzieren sich natürlich auch die Kosten der Weiterbildungsmaßnahme. Das neue Print-Modul wird bereits ab November 2015 angeboten.

› www.f-mp.de

KUNDENORIENTIERUNG ALS STRATEGISCHES ERFOLGSMERKMAL

VERBÄNDE DRUCK UND MEDIEN RICHTEN IHREN BLICK AUF DIE KUNDENBEZIEHUNG

Die Kunden von Druckereien und Mediendienstleistern werden immer qualitäts- und preisbewusster. Deshalb ist es für Unternehmen auch in Zeiten mit großen Veränderungen in den Medienmärkten enorm wichtig, stets von der Kundenperspektive her zu denken. »Der Kunde im Fokus« lautete deshalb das Motto der gemeinsamen Jahrestagung der Druck- und Medienverbände Baden-

Württemberg. Dafür sorgten die Referenten der Veranstaltung: Alexander Voges von der Otto Group veranschaulichte die neue, veränderte Rolle von Print im Medien-Mix des größten E-Commerce-Unternehmens für Fashion weltweit. »Die Rolle des Print-Katalogs verändert sich – vom Vertriebskanal hin zum Marketinginstrument. Wir werden auch

rückläufigen Markttrend Umsatz, Ergebnis und Beschäftigtenanzahl kontinuierlich zu steigern. Auch er stellt die Kommunikation mit dem Kunden in den Mittelpunkt seines Handelns. Sein Motto: »Der Kunde ist ein Mensch – nicht weniger!«. Zum Abschluss zeigte Paul Johannes Baumgartner in einem unterhaltsamen Vortrag auf, wie man seine Kunden begeistert und sogar zu Fans machen kann. Eindrucksvoll machte er den Unterschied zwischen Kunden und Fans deutlich: »Kunden muss man locken – Fans kommen von alleine, Kunden geben ihr Geld – Fans geben ihr Herz, Kunden sind Kritiker – Fans sind Werbeträger, Kunden reklamieren – Fans verzeihen.«



Dr. Alexander Lägeler (VDM Baden-Württemberg, rechts) und Holger Busch (VDMB, links) im Gespräch mit den Referenten der Veranstaltung: Alexander Voges (Otto Group, 2. von links) und Peter Stämpfli (Stämpfli AG, Schweiz).

Christoph Schleunung, Vorsitzender des Verbandes Druck und Medien Bayern, freut sich über die gelungene Veranstaltung: »Das war heute ein deutliches Zeichen für die Bedeutung von Printprodukten für unsere Kunden, für die Innovationskraft der Druckindustrie und für die Zukunft unserer Branche.«

› www.vdmb.de

Württemberg und Bayern vom 11. bis 13. Juni 2015 in Friedrichshafen. Rund 200 Teilnehmer nahmen am größten Netzwerktreffen der Branche innerhalb der Verbändelandschaft teil. Sie waren gekommen, um sich über dieses wichtige Thema mit anderen Unternehmern der Branche sowie Sponsoren und Partnern auszutauschen. »Mit unserer gemeinsamen Jahrestagung haben wir die wichtigste Person in unseren Unternehmen in den Mittelpunkt gestellt: den Kunden. Ein intensiver Tag mit reichlich neuen Informationen und Impulsen«, resümiert Axel Ebner, Vorsitzender des Verbandes Druck

in Zukunft auf die wichtige Impulswirkung gedruckter Kataloge setzen«, so Voges. Als wichtige Kundenanforderung an seine zukünftigen Druckdienstleister nannte Voges nicht nur ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis, sondern auch Expertise in den Bereichen Individualisierung und Personalisierung von Drucksachen, die für die gezielte Kundenansprache an Bedeutung zunehmen. Peter Stämpfli, Präsident des Verwaltungsrates der Schweizer Stämpfli AG, schilderte, wie sein Druckereunternehmen es geschafft hat, durch eine konsequente Kundenorientierung gegen den

JUBILÄUMS-EVENT VON PDFX-READY

Die Aktivitäten des Vereins PDFX-ready haben in den letzten Jahren wesentlich zur Verbesserung der Zuverlässigkeit von digitalen Druckvorlagen beigetragen. Damit ist die Schweiz heute weltweit führend im Einsatz von PDF/X.

Zum zehnten Geburtstag des Vereins findet am 19. November ab 17 Uhr an der Berufsschule für Gestaltung in Zürich ein Jubiläums-Anlass im Rahmen der Vortragsreihe ›Treffpunkt Publishing‹ statt. Nach einem Rückblick auf die Entwicklung der letzten Jahre geht es hier vor allem um die neu eingeführte Version 2.3 der PDFX-ready-Spezifikationen, die auch die Verwendung von RGB-Bildern in digitalen Druckvorlagen erlaubt. Dies ermöglicht eine neue Zusammenarbeit zwischen Datenerzeuger und Druckerei. Auch die PDFX-ready Zertifizierungen werden in Zukunft den RGB-Workflow beinhalten. Der Anlass ist kostenlos und bietet Gelegenheit, sich rund um das Thema PDF/X up to date zu bringen.

› www.pdfx-ready.org

DRUCK- UND MEDIEN TECHNIKER TECHNIKERAUSBILDUNG ERFOLGREICH BEENDET

In einer gelungenen Feierstunde konnten in Anwesenheit zahlreicher Ehrengäste, Verbandsvertretungen und Firmenvertreter wieder 18 staatlich geprüfte Papiertechniker und 14 staatlich geprüfte Druck- und Medientechniker an der Städtischen Fachschule für Drucktechnik und Papierverarbeitung in München geehrt und verabschiedet werden. Der Schulleiter des Beruflichen Schulzentrums Alois Senefelder, Oberstudiendirektor Peter Schertler, würdigte in seiner Ansprache die außerordentlichen Leistung der Absolventen. Mit ihrem Entschluss die Techniker Ausbildung zu absolvieren, haben sie den richtigen Schritt getan. Die Schülerrolle trifft heutzutage jeden, der sich den Herausforderungen des ›Lebenslangen Lernens‹ stellt. Neben dem fachlichen Wissen konnten die Schüler der Fachschule auch noch andere Kompetenzen erwerben. Dazu zählen Kostenbewusstsein und im Rahmen der Datenverarbeitung die Anwendung unterschiedlichster Programme. Mit ihrer Ausbildung an der Fachschule für Drucktechnik und Papierverarbeitung in München erwarben die Studierenden außerdem die Ausbilderberechtigung nach AEVO (Ausbilder-Eignungs-Verordnung), 5 Absolventen haben durch eine Zusatzprüfung die Fachhochschulreife erreicht. Die besten Drucktechniker des Jahrgangs, Simon Deliano (Note: 1,09) und Simon Hauer (Note: 1,13) erhielten von Thomas Hosemann, Verband Druck und Medien Bayern, den Preis der Ludwig-Gundlfinger-Stiftung. Martin Betz vom Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung e. V. überreichte den besten Absolventen der Papiertechniker, Stefan Hartmann und Christian Schenker, beide auf Platz eins, sowie Katharina Kipke Geldpreise für hervorragende Leistungen. Am Ende der Feierstunde verabschiedete Peter Schertler eine verdiente und geschätzte Kollegin an der Technikerschule, Roswitha Kufner, nach zehn Jahren Unterrichtstätigkeit in den wohlverdienten Ruhestand.

› www.senefelder.musin.de

Zweitägige Weiterbildung zum

CLEVERPRINTING DATENCHECKER

Colormanagement, ICC-Profile
Photoshop, InDesign-Datencheck
Reinzeichnung, PDF/X-Export
Preflight mit Acrobat und PitStop

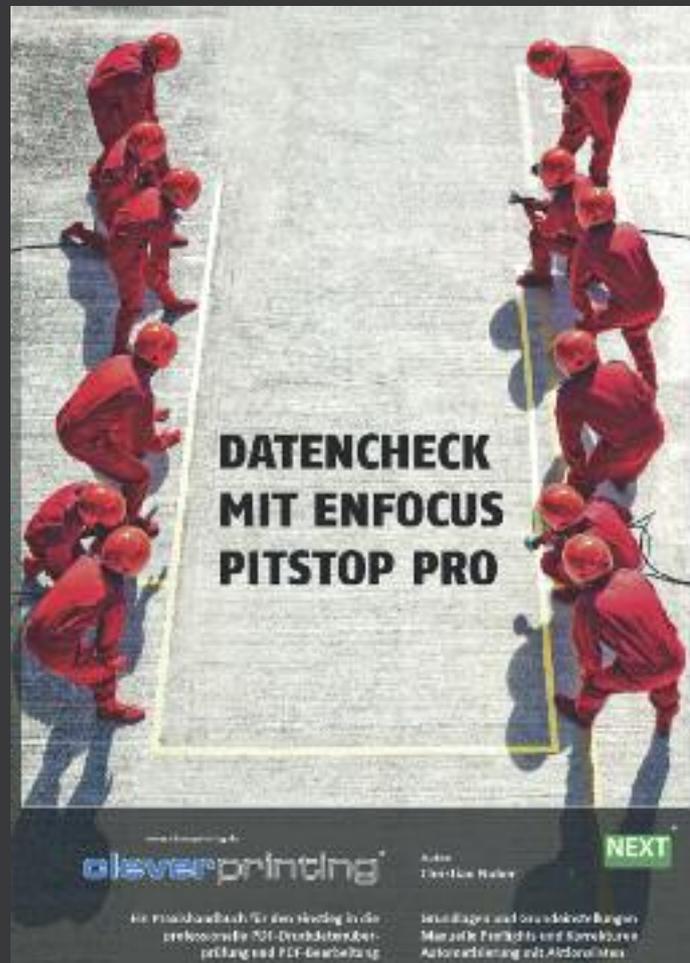


Bundesweit an sieben Standorten
Jetzt online anmelden:

www.cleverprinting.de

Keine Zeit für eine Weiterbildung?

Unser neues Cleverprinting-Buch „Datencheck mit Enfocus PitStop Pro“ zeigt Ihnen, wie Sie mit PitStop PDF-Druckdaten schnell und effizient prüfen und korrigieren. Neben den Werkzeugen zur manuellen PDF-Bearbeitung legen wir den Schwerpunkt hierbei auf die Möglichkeiten, Arbeitsabläufe clever zu automatisieren.



Best.-Nr.: CP-PitStop-01.2014
Preis nur 29,90 Euro

1. VERTRIEBSKONGRESS DER DRUCKBRANCHE

Vertrieb ist zwar so alt wie die Menschheit, aber so wichtig wie nie zuvor. Die Märkte und Produkte haben sich verändert, die Kunden sind deutlich anspruchsvoller geworden und die Preissensibilität und die Preistransparenz haben sich extrem erhöht.

»Unsere Gespräche und Beratungen zeigen, dass sich viele Druckereien intensiv mit dem Thema Vertrieb beschäftigen. Oftmals fehlt es dabei aber an einer entsprechenden Vertriebsstrategie oder an einer auf den Kunden ausgerichteten Organisation. Manches Mal fehlt es nur an einer pragmatischen Umsetzung. Aktuelle Umfragen unseres Verbandes decken gerade im Vertrieb erstaunliche Defizite und damit Potenziale bei den Unternehmen auf«, erklärt Oliver Curdt, geschäftsführender Vorstand des VDM NW.

Aus diesem Grund hat der Unternehmerverband seinen aktuellen Fokus stark auf das Thema Vertrieb gesetzt und veranstaltet am 29. Oktober 2015 den bundesweit ersten Vertriebskongress der Branche in Düsseldorf. Erfahrene Vertriebsprofis und Branchenexperten halten spannende Vorträge und berichten von ihren Erfahrungen als Vertriebler. Kaltakquise mit System und Leidenschaft, Kundenbedürfnisse entdecken, Mitarbeiter motivieren und im Preiskampf punkten sind nur einige Themen, die die Teilnehmer des Kongresses neben wertvollen Vertriebstools für ihr Unternehmen mitnehmen können.

› www.vdmnw.de

›KYOCERA UMWELTPREIS: GREEN OFFICE

Unternehmen, Organisationen und Behörden können sich ab sofort um den ›Kyocera Umweltpreis: Green Office« bewerben. Die mit 25.000 Euro dotierte Auszeichnung prämiiert umweltfreundliche Konzepte und Technologien, die zu einer nachhaltigen Büro-Gestaltung beitragen. Die Preisver-



leihung findet im Rahmen der GreenTec Awards am 29. Mai 2016 in München statt.

»Wir suchen innovative Konzepte, die auf eine Verbesserung der Klimabilanz von Büroarbeitsplätzen einzahlen«, erklärt Monika Jacoby, Pressesprecherin Kyocera Document Solutions Deutschland. »Dies können Green-IT-Projekte oder auch Technologien sein, die die Energieeffizienz von Bürogebäuden verbessern. Aber auch Maßnahmen, die zu einem umweltfreundlicheren Verhalten der Mitarbeiter beitragen oder die CO₂-Emissionen des Fuhrparks senken, werden prämiert.«

Die GreenTec Awards sind der größte Preis für ökologische Innovationen in Europa. Interessierte Unternehmen oder Organisationen können sich bis zum 15. Oktober 2015 bewerben.

› kyocera-umweltpreis.de

7. BIS 10. OKTOBER IN SINSHEIM DIE DRUCK+FORM 2015 GLÄNZT MIT INNOVATIONEN

Die Druck+Form in Sinsheim findet im Oktober 2015 zum 21. Mal statt und gilt als älteste und einzige jährlich stattfindende Fachmesse für die grafische Industrie in Deutschland. Auch in diesem Jahr will die Fachmesse praxisorientierte Lösungen, Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Vorstufe, Software, Web-to-Print, Digital- und Offsetdruck sowie der Druckweiterverarbeitung zeigen.

Die Druck+Form zeichnet sich immer wieder durch die Kaufkraft der Unternehmen an ihrem Standort im Süd-Westen Deutschlands aus und bietet daher in Verbindung mit dem umfangreichen Weiterbildungsprogramm eine hervorragende Möglichkeit, Ideen und Innovationen zu entwickeln, um den Anforderungen in einer sich immer schneller wandelnden Branche gerecht zu werden.

Die Fachmesse ist bei Ausstellern und Besuchern seit Anbeginn eine Messe, die sich von anderen Veranstaltungen durch Praxisnähe und Qualität unterscheidet. Hier werden aktuelle und praxisreife Lösungen gezeigt und die Möglichkeit geboten, direkt zu investieren. Sie ist damit eine ideale Ordermesse in einem Umfeld, das persönliche Gespräche mit Herstellern und Händlern erlaubt. Schon deshalb zeigen sich Besucher und Aussteller immer wieder begeistert von der entspannten Atmosphäre in der auch einmal ausführlich mit den Ansprechpartnern diskutiert werden kann.

Das besondere Zusatzprogramm der Druck+Form kann sich 2015 sehen lassen. Die Vorträge, Workshops und Podiumsdiskussionen in der Print Factory Academy zu den Themen Veredelung, Vertriebsmarketing, Digitaldruck, Netzwerken für Druckunternehmen, energiesparende UV-Systeme, Energieeffizienz im Unternehmen (um nur einen kleinen Ausschnitt zu nennen) werden den Nerv der Zeit treffen und sind für Branchenkenner auf der Messe ein kostenfreies Muss. Ebenfalls wird die MediaLounge wieder zum Netzwerken und Verweilen einladen. Im Rahmen von Sonderpräsentationen zu dem Thema Veredelung und mit Exponaten werden die Besucher mit einmaligen Druckprodukten und neuen Technologien und Innovationen in diesem Bereich viele Informationen und erstklassige Eindrücke erhalten. Die 21. Druck+Form findet vom 7. bis 10. Oktober 2015 in der Halle.6 der Messe Sinsheim statt.

› www.messe-sinsheim.de

ZUKUNFT DES DIGITALEN VERPACKUNGSDRUCKS

Digitale Prozesse fassen zunehmend auch im Verpackungsdruck Fuß. Die Marktforscher von Smithers Pira beziffern das aktuelle Umsatzvolumen des digitalen Verpackungsdrucks auf 10,5 Mrd. US-Dollar und jährliche Wachstumsraten von 13,6% bis zum Ende des Jahrzehnts. Der Digitaldruck werde sich im kommenden Jahrzehnt aus seiner Nischenposition heraus zunehmend im Verpackungsbereich etablieren und entsprechend die anderen Schritte in der Prozesskette des Verpackungsdrucks verändern.

Grund genug, sich genauer mit der Marktentwicklung, ihren technologischen Treibern und den Konsequenzen für Anwender und Maschinenbauer zur beschäftigen. Darum laden Smithers Pira und die PrintPromotion GmbH am 8. und 9. Dezember 2015 zur Fachkonferenz ›Digital Print for Packaging« in Berlin ein. Veranstaltungsort ist das Hotel Meliá Berlin in der Friedrichstraße 103. Auf der Agenda der Digital Print for Packaging 2015 steht neben praktischen Fragen der Implementierung digitaler Druckverfahren in die Prozessketten, die zunehmende Diversifikation der Applikationen und Substrate. Gerade Digitaldruck auf Kunststoffen, Glas und Metallen gilt als rasant wachsendes Segment. Auch digitale Veredelung von Karton und Pappen sowie der Trend zur Personalisierung von Produkten werden im Fokus stehen. Abgerundet wird die Agenda von Best-Practice-Beispielen.

› www.printfutures.com

AUSBILDUNGSSTART BEI KBA

In diesen Wochen beginnen 77 junge Damen und Herren bei KBA eine umfassende Fachausbildung. Im Bogenoffsetwerk Radebeul erhalten 30 und im Stammwerk Würzburg 28 Nachwuchskräfte eine praxisorientierte Vorbereitung auf das Berufsleben. Bei den Tochtergesellschaften KBA-Kammann, Albert-Frankenthal, KBA-Mödling, KBA-MetalPrint und KBA-Metronic starten 19 Auszubildende.

Zudem werden erstmals zwei Asylbewerber pakistanischer Herkunft im sächsischen KBA-Werk zu Mechatronikern ausgebildet. Der Anteil weiblicher Auszubildender liegt mit 12% über dem Branchendurchschnitt im



Ralf Sammeck, Mitglied der Konzernleitung von KBA und Geschäftsführer von KBA-Sheetfed Solutions (2. von rechts), und Vertriebsdirektor Dietmar Heyduck (links) begrüßten die beiden Azubis pakistanischer Herkunft Ahmad Bilal (2. von links) und Saad Malik offiziell bei KBA.

Metallgewerbe. Zu den dominierenden Berufen Mechatroniker, Industrie- und Zerspanungsmechaniker kommen Elektroniker mit verschiedenen Fachzweigen, Konstruktionsmechaniker, Technische Produktdesigner, Industriekaufleute und Fachinformatiker hinzu. Zusätzlich gehört das duale Studium des Maschinenbaus und der Elektrotechnik ebenfalls zum Ausbildungsspektrum bei KBA.

› www.kba.com

AUSSTELLUNG IN WINTERTHUR OLED – LICHT DER ZUKUNFT?

Ob als Beleuchtung in Wohn- und Arbeitsräumen, ob als Stimmungslicht oder Medium im szenografischen Umfeld – OLED hat das Potenzial, zukünftige Beleuchtungskonzepte zu verändern. Im Gegensatz zu herkömmlichen



Punktlichtquellen wie Glühbirnen oder gewöhnlichen LEDs wird OLED gleichmäßig in Form sehr dünner Flächen oder Folien erzeugt. Das weiche und diffuse Licht eröffnet Designern und Architekten vielversprechende Gestaltungsmöglichkeiten mit Licht. Denn OLEDs sind viel mehr als nur eine neue Lichtquelle: Sie werden als leuchtendes Material wahrgenommen und ermöglichen künftig, Oberflächen in Räumen und an Objekten fast beliebig mit Licht zu gestalten. Zugleich überzeugen OLEDs mit ihrer ökologischen Effizienz.

Die Ausstellung ›OLED – Licht der Zukunft?‹ noch bis zum 18. Oktober 2015 im Gewerbemuseum Winterthur erlaubt einen Blick ins Forschungsprojekt des OLED Design Labors der Hochschule für Gestaltung und Kunst, HGK Basel. Unter der Leitung von Ralf Michel und Ulrich Bachmann wird in Zusam-

menarbeit mit Partnern aus Industrie, Engineering und Design (Philips AG Lighting Schweiz, Lumiblade OLED Lighting, Inventron AG, iart ag, Gewerbemuseum, Studio Hannes Wettstein) das Innovationspotenzial von OLEDs

experimentell untersucht. Das Forschungsprojekt wird von der Eidgenössischen Kommission für Technologie und Innovation KTI gefördert. Mit Entwürfen, Prototypen und interaktiven Installationen zeigt die Ausstellung im Gewerbemuseum, welche gestalterischen Perspektiven die neue Lichtquelle verspricht und gibt Auskunft über den aktuellen Entwicklungsstand dieser neuen Technologie. Gleichzeitig wird eine Reihe von OLED-Leuchten präsentiert, die der international renommierte Lichtdesigner Ingo Maurer seit 2006 entworfen hat. Er gilt als erster Designer, der kontinuierlich mit den jeweils aktuellen OLEDs experimentierte.

› www.gewerbemuseum.ch

GRAFIKDESIGN ZUR LEIPZIGER MESSE

Anlässlich des Jubiläums ›850 Jahre Leipziger Messen‹ zeigt die Sonderausstellung ›Print Works – Grafikdesign zur Leipziger Messe‹ im Museum für Druckkunst Leipzig wahre Druckschätze aus der Messegeschichte.

Leipzigs lange Tradition als Messestadt geht auf das Jahr 1165 zurück, als die wachsende Siedlung mit dem Stadt- auch das Marktrecht erhielt. Erste grafische Erscheinungsbilder zur Messe wurden jedoch erst im frühen 20. Jahrhundert geschaffen. Eins davon ist das 1917 eingeführte Doppel-M, das auf der seit 1895 in Leipzig stattfindenden Mustermesse basiert und wohl zu den bekanntesten Symbolen der deutschen Messewirtschaft gehört.

Die Ausstellung, kuratiert von Karen Laube und Philipp Neumann, Grafikdesigner und Betreiber des Magazin- und Buchladens MZIN in Leipzig, zeigt eine Auswahl an Plakaten, Katalog- beziehungsweise Buchtiteln und Innenseiten, Formularen, Anzeigen und anderen Drucksachen zu den Leipziger Messen, als Reproduktion oder im Original, die in verschiedenen Archiven zu finden sind. Gezeigt werden zudem grafische Arbeiten von Ausstellern, die für einen Auftritt auf den Messen entstanden sind. Es erscheint ein begleitender Katalog. Nach der Premiere auf den Designers' Open (23. bis 25. Oktober 2015) zeigt das Museum für Druckkunst die Ausstellung vom 1. November 2015 bis 10. Januar 2016.

› druckkunst-museum.de

MARKTPLATZ PRINT FAIR IN WIEN

Bereits zum 7. Mal organisieren die Abteilung für Druck- und Medientechnik und der Abteilungsverein VDM an der Graphischen in Wien die print fair. Sie findet in diesem Jahr am 21. und 22. Oktober 2015 statt. Die Veranstaltung hat sich als wichtigster grafischer Marktplatz Österreichs etabliert und ist die Plattform zum ›Netzwerken‹ der Drucker, Grafiker und ihrer Zulieferindustrie. Unter den Ausstellern findet man Adobe, Agfa, Antalis, Canon, CGS, Chromos, Efl, Epson, Ferag, Fedrigoni, Horizon, Heidelberg, KBA, Konica Minolta, manroland, Müller Martini, Papyrus, Printplus, Rogler Software, IGEPA, Xeikon, Xerox etc.

Im Vorjahr besuchten rund 800 Fachbesucher die print fair. Dieses Jahr ist laut Veranstalter mit einer ›Super-Show‹ zu rechnen: Noch mehr Aussteller und noch mehr Besucher!

Die Graphische, die im letzten Jahr 125 Jahre alt geworden ist, zählt zu den ältesten berufsbildenden Schulen Europas. Derzeit werden rund 1.340 Schülerinnen und Schüler, Studentinnen und Studenten in den Fachrichtungen Fotografie, Grafik Design, Multimedia und Druck ausgebildet.

www.printfair.at

MUSEUM FÜR DRUCKKUNST LEIPZIG

Die anlässlich der 1.000-Jahr-Feier der Stadt Leipzig gezeigte Ausstellung ›Leipzig gezeigte‹ Ausstellung ›Leipzig gezeigte‹ 500 Jahre Druck- und Verlagsstandort geht im Museum für Druckkunst Leipzig in die Endrunde. Zwei Führungen (3./4. Oktober) mit dem Ausstellungskurator laden zum Finale Anfang Oktober zu einem Besuch ein. Gezeigt werden frühe Drucke sowie Maschinen in Aktion. Es führt Ausstellungskurator Carsten Enders.

Ende Oktober geht es sogleich weiter mit zwei neuen Ausstellungen, die mit den Themen Plagwitz und der Leipziger Messe beide ebenso einen starken Fokus auf Leipzig setzen.

Vom 16. Oktober bis 16. November 2015 zeigt die Ausstellung ›Paradigma Plagwitz 2. Abfahrt und Ankunft‹ rund 150 Fotografien von acht Fotografen und Künstlern. Im Fokus steht die Auseinandersetzung mit dem sich wandelnden Stadtviertel Plagwitz. Gezeigt werden Fotografien zur Transformation eines Industrieortes von 1985 bis 2015.

Nach ihrer Premiere auf den Designers' Open (23. bis 25. Oktober 2015) zeigt das Museum für Druckkunst die Ausstellung ›Print Works – Grafikdesign zur Leipziger Messe‹ vom 1. November 2015 bis 10. Januar 2016. Kuratiert von Karen Laube und Philipp Neumann (Grafikdesigner, Leipzig) zeigt die Schau einen Einblick in grafische Erscheinungsbilder zur Leipziger Messe aus mehreren Jahrzehnten. Anlass ist das 850-jährige Jubiläum der Leipziger Messe.

›druckkunst-museum.de

NEUES AUSBILDUNGS-JAHR BEI HEIDELBERG

Eigentlich wollte Lisa-Marie Pfeiffer Erzieherin werden. Ein metallverarbeitender Beruf als Alternative schien für die 21-Jährige erst recht nicht in Frage zu kommen. Dennoch absolvierte sie im Sommer 2014 eher zufällig ein einwöchiges Praktikum als Industriemechanikerin im Werk Wiesloch-Walldorf der Heidelberger Druckmaschinen AG. »Versuchen kann ich es ja mal«, lautete ihre Devise. Und war überrascht, »wie viel Spaß mir das machte«. Für eine sich unmittelbar an-



Rund 80 jungen Menschen starteten zum 1. September an den deutschen Heidelberg-Standorten ins Berufsleben. Am größten Standort Wiesloch-Walldorf sind es allein 54.

schließende Ausbildung war es allerdings schon zu spät, die Plätze waren bereits alle besetzt.

Bei Heidelberg bleiben konnte Lisa-Marie Pfeiffer aber trotzdem: im Rahmen eines von der Bundesagentur für Arbeit mitfinanzierten Tariflichen Förderjahrs. »Mit diesem Instrument soll jungen Menschen, bei deren Start ins Berufsleben nicht alles glatt läuft, durch ein qualifiziertes Trainingsprogramm geholfen werden«, erklärt Christian Beck, Leiter Berufliche Bildung für technische Berufe am Heidelberg-Standort Wiesloch-Walldorf. Die meisten Absolventen dieses Förderjahres hätten anschließend gute Chancen auf einen Ausbildungsplatz entweder bei Heidelberg oder

bei einem seiner Kooperationsbetriebe. Auch für Lisa-Marie Pfeiffer hat sich dieses Programm gelohnt. Nach drei Monaten in der Ausbildungswerkstatt und Praxisphasen in der Montage stand ihr Entschluss fest: Sie wollte Industriemechaniker werden. Am 1. September begann sie in Wiesloch ihre dreieinhalbjährige Lehre. Die Realschulabsolventin ist einer von rund 80 jungen Menschen, die an diesem Tag an vier deutschen Heidelberg-Standorten ins Berufsleben starteten. Am größten Standort Wiesloch-Walldorf

sind es allein 54. Mit 15 Ausbildungsberufen und einer Vielzahl von Studiengängen ist das Spektrum der Qualifizierungsmöglichkeiten ausgesprochen breit. Schwerpunkte sind traditionell die Bereiche Technik, Wirtschaft und Medien. Die »klassische« Lehre etwa zum Industriekaufmann oder zum Mechatroniker findet sich darunter genauso wie mehr als ein halbes Dutzend unterschiedlicher Studiengänge an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW).

›www.heidelberg.com

PRINECT ANWENDERTAGE VON HEIDELBERG

Die Heidelberger Druckmaschinen AG stattet ihren Druck- und Medienworkflow Prinect in der Version 2016 mit neuen Funktionen aus, die Mediendienstleistern im Bereich Werbe- und Verpackungsdruck das Arbeiten erleichtern und ihre Abläufe schneller und profitabler machen. Wie schon in der Vergangenheit, haben auch dieses Jahr Prinect Anwender und Interessierte die Möglichkeit, die neue Prinect Version während der Prinect Anwendertage 2015 intensiv in Augenschein zu nehmen und neue Funktionen mit dem Prinect Entwicklungs- und Produktmanagement Team zu diskutieren. Die Prinect Anwendertage finden vom 20. bis 21. November in der Heidelberger Print Media Academy statt. In insgesamt 24 Workshops werden die Neuerungen erläutert, aber auch wichtige Industrietheemen wie zum Beispiel die neue ISO Norm diskutiert.

›prinect-anwendertage.org

FACHTAGUNG ZUR UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Am 7. Oktober laden die Verbände Druck und Medien in Baden-Württemberg und Bayern in Kooperation mit dem Cluster Druck und Printmedien zu einer auf die Branche zugeschnittenen Fachtagung ›Unternehmensnachfolge in der Druckindustrie‹ im Zentrum für Druck und Medien in Ismaning ein. Dort werden die Ergebnisse einer bundesweiten Umfrage zur Einschätzung der Unternehmensnachfolge exklusiv den Teilnehmern erläutert und fließen selbstverständlich in die einzelnen Programmpunkte der Veranstaltung ein.

Vom Vererben über Verkauf, Ankauf bis hin zur Übernahme werden in der Fachtagung die verschiedenen Varianten und ihre Herausforderungen für eine erfolgreiche Unternehmensnachfolge beleuchtet. Neben persönlichen Belangen spielen nüchterne Zahlen und juristische Fragen eine wichtige Rolle. Sei es, dass Erbschaftsangelegenheiten rechtzeitig geregelt werden müssen oder ein Wechsel der Rechtsform ansteht.

›www.vdmb.de

Wissen, wo es lang geht

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung



Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

www.beorda.ch

Empfehlungsanzeigen auch
für das schmale Budget
im Druckmarkt und im Internet
im PDF-Magazin «Druckmarkt
impressions».
Telefon +41 44 380 53 03

VERSCHIEDENES

GÜTESIEGEL.



Publikation 2015
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.

DRUCKMARKT wurde vom Verband
Schweizer Medien mit dem Gütesiegel
für das Jahr 2015 ausgezeichnet.

IMPRESSUM

«Druckmarkt» ist ein unabhängiges Magazin und offizielles Mitteilungsorgan von asw, «gib» Zürich, GFZ, IRD und anderer Vereinigungen. Informationen der Verbände oder Organisationen erfolgen in deren redaktioneller Eigenständigkeit und ausserhalb der Verantwortung der «Druckmarkt»-Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar. Der Verfasser von Beiträgen ist für die inhaltliche Richtigkeit, rechtliche Korrektheit sowie für die Beachtung der Rechte Dritter verantwortlich. Er verpflichtet sich, «Druckmarkt Schweiz» von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aufgrund seiner Beiträge geltend gemacht werden, freizustellen.

© by Druckmarkt 2015
Alle Informationen unterliegen dem Copyright. Vervielfältigungen gleich welcher Form oder Menge sind nur mit Genehmigung des Verlages und unter Quellenangabe zulässig.

Auflage und Bezug

Druckmarkt Schweiz erscheint im 14. Jahrgang 6 mal pro Jahr in einer Auflage von 3'700 Exemplaren (verbreitete Auflage: 2'473, WEMF begläubigt 11/2014).
Jahres-Abopreis: 50.00 CHF (Ausland: 75,00 CHF).

Verlag und Herausgeber

DVZ Druckmarkt Verlag
Zürich GmbH
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
T +41 44 380 53 03

Redaktionsbüro Schweiz

Druckmarkt Schweiz
Ansprechpartner Verkauf:
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
Jean-Paul Thalman
thalman@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
M +41 79 405 60 77

Redaktion

Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
(Chefredaktor)
nico@druckmarkt.com
T +41 44 380 53 04
M +49 160 970 790 73
Ahornweg 20, D-56814 Fankel

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Druckmarkt im Internet:

www.druckmarkt-schweiz.ch
www.druckmarkt.ch
www.druckmarkt.com



→ XYZ.CH gestaltet alles,
was es für ein visuelles
Erscheinungsbild braucht.
Ob Inserate, Werbung, Logos
oder Webseiten – am Anfang
steht bei uns die Idee.

wir freuen uns über Ihren
Besuch:

www.xyz.ch

Stefi Thalman



oberdorfstrasse 13 · 8001 zürich · www.stefitalman.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch



Karl Schwegler AG
Druckerei mit Format

*Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185cm

Karl Schwegler AG Hagenholzstrasse 65 8050 Zürich
Telefon 044 308 84 11 www.schwegler.com

WIR GEBEN DER BRANCHE EIN Gesicht!



In jeder Ausgabe ein Neues. Denn wir analysieren sechs mal jährlich die Markt-Situation anhand von Trends, Meinungen und Ereignissen. Wir lassen Menschen, «Macher» und Manager zu Wort kommen, kommentieren, präsentieren und informieren.

Wenn der Druckmarkt bisher nicht zu Ihnen kam, können Sie dies sofort ändern. Mit einem Abo, das sein Geld wert ist.

Themen auf den Punkt gebracht.

Das Jahresabonnement kostet CHF 50.00 (Inland) beziehungsweise CHF 75.00 (Ausland) inkl. Porto + Versandkosten. Weitere Informationen und Bestellformulare auf unserer Internetseite.

DRUCKMARKT 
Managementmagazin

Druckmarkt • Abo-Service
Seefeldstrasse 62 • CH-8008 Zürich
Telefon +41 44 380 53 03
www.druckmarkt.ch